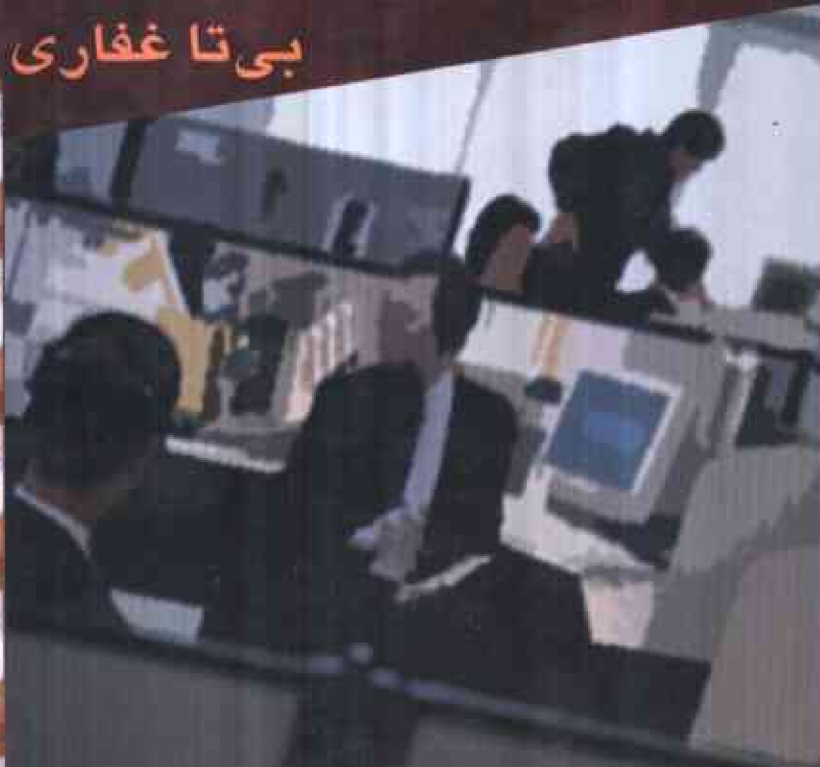
الفبای کار در رسانه‌ها

جف پریدمور

بی‌تا غفاری



بسم‌الله‌الرحمن‌الرحیم

ارتباطات

(۱۵)

الفبای کار در رسانه‌ها

نویسنده: جف پریدمور

مترجم: بی‌تا غفاری

پریدمور، جف Pridmore, Geoff
الفبای کار در رسانه‌ها/ نویسنده جف پریدمور؛ مترجم بی‌تا غفاری.-
تهران: روزنامه ایران، موسسه انتشاراتی، ۱۳۸۳.
۲۶۰ ص. - (ارتباطات؛ ۵)
ISBN 964-6707-69-6
فهرست‌نویسی براساس اطلاعات فیپا.
عنوان اصلی: Journa Lism, 2000
۱. روزنامه‌نگاری ۲. روزنامه‌نگاری - شغل‌یابی. الف. غفاری، بی‌تا،
۱۳۵۲ - مترجم. ب - ایران [روزنامه]. ج. عنوان.
۴ ۱۷الف ۴پ/PN۴۷۷۵ ۰۷۰/۴
۱۳۸۳
کتابخانه ملی ایران ۸۳-۳۲۷۷۰م

□ کارگاه آموزش

الفبای کار در رسانه‌ها

نویسنده: جف پریدمور

مترجم: بی‌تا غفاری

طراح روی جلد: حسن خدادی
لیتوگرافی: بهنام
چاپ: میلاد نور
چاپ‌اول: ۱۳۸۳
شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه
بها: ۲۶۰۰ تومان
شابک: ۶-۶۹-۶۷۰۷-۹۶۴/964-6707-69-6

مؤسسه انتشاراتی روزنامه ایران
تهران، خیابان خرمشهر ساختمان شماره ۲۱۲،
مؤسسه فرهنگی مطبوعاتی ایران
تلفن: ۲-۸۷۶۱۷۲۰

فهرست

مقدمه

در دنیایی که هر روز به اهمیت مخابره سریع اخبار و انتقال صحیح اطلاعات افزوده می شود و افکار عمومی نیز تمایل بیشتری برای آگاهی ازآخرین رویدادها ی جهانی پیدا می کند،حرفه خبر نگاری از جایگاه ویژه ای بر خوردار است.همگام با پیشرفتهای فن آوری ، حرفه خبر نگاری نیز در سالهای اخیر دستخوش تحولات شگرفی شده است .ابزار و روشهای جدید کاری به تدریج جایگزین روش های قدیمی تر می شوند. امروزه بسیاری از علاقه مندان به کار خبری از طریق ادامه تحصیل در رشته های مربوطه قدم به دنیای اصلی رسانه ها می گذارند.اما موفقیت یک خبر نگار یا روزنامه نگار هنوز هم تا حدود زیادی به مهارتهای اصلی که عبارتند از شم قوی،استعداد، فراست و قضاوت صحیح بستگی دارد.

کتاب حاضر مجموعه ای از تجربیات ارزشمندی است که نویسنده در طول سالیان کسب کرده است.اگر چه مخاطبان اصلی کتاب افراد تازه کار هستند،اما حتی حرفه ای ها نیز می توانند از برخی نکات آن بهره بگیرند.مطالب کتاب بطور عمده برای خبر نگاران ،گزارشگران رادیو و تلویزیون، عکاسان مطبوعاتی وروزنامه نگاران آزاد تدوین شده است .

بخش هایی از کتاب که به ویژگی های تخصصی جامعه بریتانیا می پردازد و برای خواننده ایرانی نا مأنوس است در ترجمه حذف شده است. امید است که ترجمه این کتاب بتواند در شکل گیری الفبای خبر نگاری در ذهن علاقه مندان به این حرفه نقش مثبتی ایفا کند. بدون تردید بهره گیری از تجربیات دیگران راه حرفه ای شدن را هموارتر می کند.

مترجم

۱

خبرنگاری چیست؟

طبق یک تعریف، خبرنگاری به معنای آگاه‌کردن افکار عمومی از نکات برجسته یک رویداد بدون کم اهمیت جلوه‌دادن ابعاد گوناگون آن است و اگر شما در مقام یک خبرنگار به این منظور دست یابید درواقع به اهداف خبرنگاری دست یافته‌اید. (جان پیلگر[1] در گفت‌وگو با جان دان[2]، رادیو بی.بی سی)

صرفنظر از اینکه قصد داشته باشید برای مطبوعات، اینترنت یا رادیو و تلویزیون خبر تهیه کنید، روش‌های دستیابی و گردآوری خبر یعنی شناسایی منابع، مصاحبه، نوشتن و ارائه خبر تقریباً در تمام رسانه‌ها یکسان است. اگرچه در مواردی ابزار کار متفاوتند اما مراحل گردآوری و تدوین خبر در رسانه‌های مختلف مشابه است.

بعضی از خبرنگاران به ارائه یک گزارش در مقابل دوربین همانقدر تسلط

---

1. John Pilger 2. John Dunn

دارند که به نوشتن ستونی برای روزنامه، درحالی که برخی دیگر ترجیح می‌دهند تنها در یک رسانه خاص کار کنند. به هرحال لازم نیست از این بابت نگران باشید. زیرا شما مجبور نیستید در همه رسانه‌ها فعالیت کنید. مطمئن باشید که حق انتخاب همیشه با شماست. فصل‌های بعدی کتاب به بررسی وظایف خبرنگار مطبوعات، گزارشگر رادیو و تلویزیون، عکاس خبری، خبرنگار آزاد و گزارشگر نشریات تخصصی اختصاص یافته است. توصیه می‌شود که افراد علاقه‌مند به خبرنگاری صرفنظر از زمینه تخصصی مورد نظرشان تمام مطالب این فصول را مطالعه کنند چرا که فنون و الفبای خبرنگاری در همه رسانه‌ها مشترک است.

وظایف خبرنگار مطبوعات

از اولین روزی که کار خود را در تحریریه روزنامه شروع می‌کنید و در تمام طول دوران کار حرفه‌ای خود، الگوی کاری شما دستخوش تغییر و تحول چندانی نخواهد شد.

آشنایی مقدماتی

در بدو ورود به محیط کار احتمالاً بعضی افراد قدیمی‌تر داستان‌های سرگرم‌کننده‌ای درباره زمانی که کارشان را شروع کردند برایتان تعریف می‌کنند. مثلاً به شما می‌گویند که قبل از اعزام به اولین مأموریت خود به عنوان «خبرنگار تازه‌کار» باید به کارهای پیش‌پا افتاده‌ای از قبیل پیغام رساندن به این و آن و یا آوردن قهوه می‌پرداختند. گرچه ممکن است به نظر برسد که این خاطرات عجیب متعلق به گذشته‌ای دور است، اما انجام این نوع کارها روش خوبی برای آشنایی خبرنگاران تازه‌وارد با محیط تحریریه، قسمت‌های مختلف روزنامه، کارکنان و

نحوه انجام امور بود. اما امروزه از همان ابتدای ورود به روزنامه تازه‌واردها در دشوارترین مراحل کار مشارکت می‌کنند و طرز کار تجهیزات فنی پیچیده را خیلی زود می‌آموزند. حتی ممکن است در همان روزهای نخست از همکاری که مشغول کار مهمی است بخواهند تا جای دایرةالمعارف را در کتابخانه به آنها نشان بدهد.

بنابراین قبل از شروع کار از سردبیر بخواهید اجازه دهد تا یک روز را صرف آشنا شدن با تحریریه و چیدمان وسایل و دیگر بخش‌های روزنامه کنید. برای این منظور باید چند ساعت از وقت خود را بدون دریافت حقوق به شناسایی محیط کار خود اختصاص دهید که البته کار باارزشی است، زیرا شما باید از روز اول قادر باشید تا خیلی سریع، اطلاعات مورد نیاز را از منابع مورد نظر استخراج کنید. از آنجا که بخش اعظم کارتان در تحریریه انجام می‌شود، نسبت به مکان کتاب‌های مرجع، عناوین و محتوای موضوعی آنها اطلاعات کافی کسب کنید. پس از شروع کار مسلماً هیچ یک از همکاران مایل نیست که مرتباً برای کمک به شما از کار خود باز بماند.

همچنین باید یاد بگیرید که چگونه به بایگانی، بریده روزنامه‌ها، لوح‌های فشرده و یا شبکه رایانه‌ای دسترسی پیدا کنید. در آینده تمام اطلاعات به صورت داده‌های الکترونیکی ذخیره خواهد شد، اما در زمان حاضر تلفیقی از روش‌های مختلف بایگانی در ادارات استفاده می‌شود.

همچنین طرز کار تلفن، دورنگار و دستگاه فتوکپی را بیاموزید. برای خود فهرستی از اسامی همکاران و شماره‌های داخلی آنها تهیه کنید و طریقه وصل کردن تلفن به بخش‌های مختلف را نیز یاد بگیرید. آشنایی با همکاران بخش مهمی از کار است. برای شناختن هرچه بهتر مخاطبین روزنامه از همکاران خود شروع کنید.

ثبت مشخصات

از اولین روز کار باید برای خود دفترچه تلفن و آدرس تهیه کنید. معمولاً در دفاتر روزنامه‌ها ، تلفن و نشانی افراد مورد نظر را در یک دفترچه و یا روی رایانه ثبت می‌کنند. شما نیز وظیفه دارید اسامی، شماره تلفن و نشانی افراد جدیدی را که هنگام کار ملاقات می‌کنید در این فهرست‌ها وارد کنید. همچنین بهتر است برای اطمینان دو دفترچه شخصی داشته باشید. از آنجا که چنین اطلاعاتی ارزشمند هستند باید یک نسخه دوم از اسامی و مشخصات را برای خود نگه دارید در آینده و حتی در صورت تعویض محل کار خود این اطلاعات را دور نریزید. توصیه می‌شود نسخه دیگری نیز روی فلاپی یا رایانه شخصی خود ذخیره کنید.

اولین روز کار

براساس سیاست روزنامه، دبیر سرویس یا خبرنگار ارشد شما را در جریان اولین مأموریت کاریتان قرار می‌دهد. احتمال دارد شرح وظایف کارکنان در دفترچه مخصوصی ثبت شده باشد. ممکن است اولین کار خود را به تنهایی و یا به کمک یک خبرنگار دیگر انجام دهید. اما در هرحال آموزش‌هایی که دیده‌اید شما را برای انجام کار آماده کرده است و این باعث می‌شود که اولین تجربه شما نه تنها هراس‌آور نباشد بلکه هیجان‌انگیز هم به نظر برسد.

صرفنظر از ماهیت کاری که به شما محول می‌شود، یکی از وظایف اصلی شما جست‌وجو برای دستیابی به آمار و اطلاعات است و همین موضوع اهمیت آشنایی اولیه با محیط کار را روشن می‌سازد. احتمالاً قبل از بیرون رفتن از تحریریه لازم می‌شود به بریده روزنامه‌ها، لوح‌های فشرده یا اطلاعات ثبت شده در رایانه مراجعه کنید، با افراد مختلف تماس تلفنی بگیرید و یا تمام این کارها را

با هم انجام دهید. درواقع برای بسیاری از مأموریت‌ها، جست‌وجو برای یافتن منابع و مصاحبه را داخل تحریریه و از پشت میز کارتان انجام می‌دهید. گرچه این روش به صرفه‌جویی در وقت و هزینه روزنامه کمک می‌کند، ولی برای خبرنگاران چندان هیجان‌انگیز نیست.

با این وجود توصیه می‌شود در صورت امکان از نخستین روز، تحریریه را ترک کنید تا از نزدیک با افراد ارتباط برقرار کنید و با مخاطبین روزنامه بیشتر آشنا شوید. فراموش نکنید که هنگام ملاقات با اعضای شورای شهر، پلیس، پزشکان و پرستاران، کشاورزان و دیگر اصناف حتماً خود را معرفی کنید و اطلاعاتی در مورد آنها و نوع کارشان به‌دست آورید. بعضی روزنامه‌ها، کارت ویزیت حاوی عنوان روزنامه، نشانی و نام خبرنگار را دراختیار افراد قرار می‌دهند. حتماً از این کارت‌ها استفاده کنید و آنها را دراختیار افرادی که ملاقات می‌کنید قرار دهید. اگر روزنامه کارت ویزیت نداشت می‌توانید شخصاً اقدام به تهیه کارت کنید.

ممکن است هنگام پوشش اخبار سیاسی محلی علاقه بیشتری نسبت به اخبار سیاسی در سطح ملی پیدا کنید. با شروع کار خبرنگاری بسرعت و حتی قبل از آنکه خودتان متوجه شوید اطلاعات شما به سمت تخصصی شدن سوق پیدا می‌کند. به‌طور قطع مهارت‌هایی که در ابتدای کار به‌دست می‌آورید، در تمام دوران حرفه‌ای‌تان قابل استفاده خواهد بود.

مصاحبه

مصاحبه کردن کار چندان آسانی نیست و انجام آن به شیوه صحیح یکی از دشوارترین کارهای خبرنگار است. وقتی برای روزنامه کار می‌کنید لازم است با افراد مختلف از دانش‌آموزان گرفته تا اشخاص مهم و مشهور گفت‌وگو کنید. اجازه

ندهید برخورد عجولانه و بی‌حوصلگی برخی افراد شما را دلسرد کند. اگر مصاحبه را به شیوه‌ای منصفانه، صریح و حرفه‌ای انجام دهید، لازم نیست در مورد هیچ مسأله‌ای نگرانی به خود راه دهید.

قبل از انجام مصاحبه با اشخاص، سعی کنید با تحقیق و کندوکاو در مورد آنها اطلاعاتی به‌دست آورید. مثلاً اگر مصاحبه شونده، رئیس آتش نشانی است ممکن است بتوانید از بریده روزنامه‌ها اطلاعات مهمی در مورد سوابق او به‌دست آورید، مثلاً اطلاعاتی در مورد سنوات خدمت یا جوایزی که به پاس تهور و شجاعت دریافت کرده است. بیشتر مصاحبه‌ها را می‌توان با استفاده از قلم و کاغذ ثبت کرد. با این وجود اگر احتمال می‌دهید که مصاحبه طولانی شود و یا بعدها مسایل قانونی در مورد محتوای گفت‌وگو پیش بیاید بهتر است از ضبط صوت یا مینی دیسک استفاده کنید. چند سؤال مقدماتی را یادداشت کنید و هدف مصاحبه را در نظر بگیرید. از ابتدا مشخص کنید با انجام این گفت‌وگو چه هدفی را دنبال می‌کنید؟ آیا می‌خواهید در مورد مسایل کلی صحبت کنید و نکات جالبی را از متن اظهارات مصاحبه شونده بیرون بکشید یا سؤال مشخصی را در ذهن دارید که مایلید به آن پاسخ داده شود. آنچه در نظر دارید یادداشت کنید و زیر نکات مهم آن خط بکشید. از سؤال‌های مقدماتی به عنوان پلکانی برای رسیدن به هدف مصاحبه استفاده کنید.

اجازه بدهید گفت‌وگو روال طبیعی خود را طی کند. با این روش احتمالاً به مطالبی بیش از آنچه می‌خواستید دست می‌یابید. با این حال اجازه ندهید که مصاحبه‌شونده، گفت‌وگو را از مسیر موردنظر شما منحرف کند. روی هدف خود تمرکز کنید. همچنین از مصاحبه شونده سؤالاتی که انتظار نمی‌رود پاسخ دهد نپرسید. مثلاً رئیس آتش نشانی در مورد موضوعات مربوط به کار خود صحبت می‌کند نه مسایل دیگر. هرگز حرف در دهان کسی نگذارید. اگر شخص می‌گوید

«این مطلب را برای اطلاع خود شما می‌گویم» معنایش این است که هرقدر هم آن مطلب هیجان‌انگیز باشد شما نباید از آن استفاده کنید. همیشه پایبند به اصول اخلاقی باشید چرا که رعایت اخلاق حرفه‌ای همواره به نفع یک خبرنگار است.

با این حال مطالبی که در حاشیه و غیرقابل انتشار ذکر می‌شوند استثناهایی هم دارند. به‌عنوان مثال گردهمایی‌های عمومی همواره علنی هستند. بنابراین حتی اگر شخصی در یک سخنرانی عمومی بگوید که «این مطلب نباید ذکر شود» شما مجاز به استفاده از آن هستید. وقتی فردی دعوت به مصاحبه را می‌پذیرد، فرض براین است که تمام مطالب مطرح شده قابل ذکر و نقل‌قول است مگر در مواردی که به صراحت خواستار منع انتشار مطلبی شود.

همیشه سعی کنید هنگام مصاحبه، شنونده خوبی باشید و در صورت نیاز، با مصاحبه‌شونده ابراز همدردی کنید. وظیفه شما بازجویی از افراد نیست، بنابراین برای گرفتن پاسخ، شخص را تحت فشار قرار ندهید بخصوص اگر طرف مقابل در شرایط روحی خوبی نیست.

مصاحبه تلفنی

طبق قوانین بین‌المللی و مقررات داخلی انگلستان در مورد ضبط مصاحبه‌های تلفنی خبرنگار موظف است طرف مقابل را از تصمیم خود برای ضبط مکالمه آگاه کند. وقتی تلفن می‌کنید خود و روزنامه‌ای را که برای آن کار می‌کنید معرفی کنید و بگویید با چه کسی می‌خواهید صحبت کنید. از قبل در مورد موضوع مصاحبه بخوبی بیندیشید و روشن و صریح صحبت کنید. در مورد هجی اسامی و عناوین مصاحبه‌شوندگان کاملاً دقت کنید. از پشت تلفن صدای برخی حروف ممکن است متفاوت شنیده شود.

جست و جوی تلفنی

اگر قصد دارید برای پیدا کردن اشخاص به مرکز خدمات تلفنی زنگ بزنید، به یاد داشته باشید که راهنماهای این مرکز نیز به همان اطلاعاتی که شما دراختیار دارید دسترسی دارند. بیشتر روزنامه‌ها فهرست کامل راهنمای تلفن را دراختیار دارند. تنها تفاوت در این است که فرد راهنمای مرکز خدمات می‌تواند با استفاده از رایانه، اطلاعات مورد نیاز را بسرعت جست‌وجو کند.

جست‌وجوی اینترنتی

در کتابخانه هر روزنامه معمولاً اطلاعات بایگانی شده را به شکل بریده روزنامه‌ها یا داده‌های الکترونیکی دراختیار روزنامه‌نگاران قرار می‌دهند. متناسب با نوع گزارشی که دردست تهیه است هریک از این نوع اطلاعات دارای محاسن خاصی است. مسلماً هنگام تهیه گزارش‌های مفصل هیچ خبرنگاری دوست ندارد که در میان دریایی از جعبه‌های پر از بریده‌های روزنامه به دنبال اطلاعات مورد نظر خود بگردد.

سایر روزنامه‌های سراسری نیز کتابخانه‌هایی دارند که بایگانی بعضی از آنها بسیار قدیمی است و می‌توانید در صورت لزوم و موافقت سردبیر از آن کتابخانه‌ها نیز استفاده کنید.

از طریق موتورهای جست‌وجوگر اینترنتی نیز می‌توانید نام اشخاص و شرکت‌های مختلف را پیدا کنید.

دفترچه یادداشت

دفترچه‌ای که یک روزنامه‌نگار یادداشت‌های خود را در مورد وقایع مختلف

در آن ثبت می‌کند باید بخوبی حفظ شود. این دفترچه درست مانند دفترچه یک افسر پلیس است که محتویات آن را می‌توان به‌عنوان ادله قابل قبول در دادگاه مورد استناد قرار داد. از همین رو باید در ثبت دقیق اطلاعات از قبیل تاریخ، عناوین و اسامی در آن وسواس زیادی به خرج داد. از خط خطی کردن دفتر یا وارد کردن اطلاعات بی‌اهمیت مثل فهرست خرید روزانه خودداری کنید. همچنین دقت کنید که هیچ برگه‌ای از این دفترچه جدا نشود.

هنگام وارد کردن اطلاعات تمام صفحه را به دقت از بالا تا پایین پر کنید به‌طوری که اگر دفترچه به دست کسی افتاد نتواند چیزی به آن اضافه کند. در بالای هر گزارش موضوع، تاریخ، نام خودتان و نام فرد یا افراد مصاحبه‌شونده را بنویسید. دفترچه‌های پرشده را دور نریزید بلکه آنها را بایگانی کنید.

پرهیز از دردسر

یک خبرنگار باید تلاش زیادی کند تا دچار دردسر نشود. اگر همیشه با سردبیر نشریه روراست باشید و او را در جریان حقایقی که دستگیرتان می‌شود قرار دهید همه چیز بخوبی پیش می‌رود. هیچگاه عذر و بهانه نتراشید و حقایق را کتمان نکنید.

اگر هنگام پوشش خبری یک جلسه دادرسی سعی کردند به شما رشوه بدهند، پیشنهادشان را نپذیرید و از آنها دوری کنید. هرگز پولی را که به زور داخل جیبتان می‌گذارند قبول نکنید. در اسرع وقت سردبیر را در جریان قرار دهید و حتی مورد را به صورت کتبی نیز گزارش کنید.

هنگام مواجهه با انتقادهای شفاهی تقصیر را به گردن دیگران نیندازید و از جروبحث کردن خودداری کنید. با دقت تمام به حرف‌های طرف مقابل هرچقدر

هم که دور از ادب باشد گوش بدهید و صحبت‌های او را یادداشت کنید. همچنین نام، نشانی، شماره تلفن شخص و نیز مشخصات گزارش یا مقاله‌ای که به آن اعتراض دارند (تاریخ، شماره روزنامه و شماره صفحه) را بنویسید. سپس سردبیر یا معاون او را در جریان قرار دهید. هیچگاه سعی نکنید به تنهایی شکایات خوانندگان را رفع و رجوع کنید. نه خود تقصیر را به گردن بگیرید و نه دیگران را مقصر قلمداد کنید. در کمال ادب و احترام و با حفظ آرامش به فرد شاکی بگویید که صحبت‌های او را یادداشت کرده‌اید و مراتب را فوراً به اطلاع سردبیر می‌رسانید.

مطالعه نشریات دیگر

گزارشگران هنگامی که خود مشغول نوشتن نیستند باید مطالبی را که دیگران نوشته‌اند مطالعه کنند. از روزنامه خودتان شروع کنید و از محتوای روزانه و هفتگی آن مطلع شوید. همچنین روزنامه‌های رقیب از جمله نشریات منطقه‌ای و ملی را نیز بخوانید. اگر برای یک هفته‌نامه کار می‌کنید، احتمال دارد گزارشی که دردست دارید در ابتدای همان هفته در یک نشریه دیگر به چاپ رسیده باشد. در این صورت آن مطلب را مطالعه کنید و در تماس با افراد مورد نظر اطلاعات جدیدتری در این زمینه کسب کنید. با این حال حتماً در مطلب خود منبع اصلی گزارش را ذکر کنید. با مجلات دیگر بویژه نشریات محلی که مطالبی شبیه روزنامه شما چاپ می‌کنند آشنا شوید. به برنامه‌های رادیوهای محلی و سراسری گوش بدهید و برنامه‌های گوناگون در ساعات مختلف را بررسی کنید تا اطلاعات جامعی درباره نوع مطالبی که پخش می‌شود به‌دست آورید. اخبار استانی و سراسری تلویزیون و دیگر برنامه‌های جالب توجه را نیز دنبال کنید. حتماً بخشی از وقت روزانه خود

را به گشت‌وگذار در اینترنت اختصاص دهید. سایت‌های جالب را در فهرست خود وارد کنید. خود را به مطالعه مطالب یک رسانه خاص عادت ندهید بلکه منابع مختلف خبری را جست‌وجو و بررسی کنید.

حسن استفاده از منابع مختلف خبری و رسانه‌ای این است که بتدریج می‌توانید بایگانی شخصی خود را شکل بدهید و اطلاعات مسبوطی در زمینه اخبار ملی و محلی و تحولات جاری کسب کنید. از آنجا که خرید تعداد زیادی از نشریات به صورت هفتگی پرهزینه است، بهتر است که به سایت‌های اینترنتی روزنامه‌ها مراجعه کنید. سرزدن به کتابخانه را فراموش نکنید، بویژه اگر در نزدیکی خود به کتابخانه یک دانشگاه دسترسی دارید به آن مراجعه کنید. از دوستان و همسایگان بخواهید نشریات غیرقابل استفاده‌شان را به شما بدهند.

۲

گفت‌وگو با یک گزارشگر

آدرین باتروورث[۱] فارغ التحصیل رشته رادیو و تلویزیون از دانشکده هنرفالموت[۲] در انگلستان است. وی پس از اتمام این دوره مدتی در یک شبکه رادیویی آزاد در سامرست[۳] مشغول به کار شد. سپس دوباره به دانشکده فالموت بازگشت تا در مقطع کارشناسی ارشد در رشته خبرنگاری رادیو و تلویزیون ادامه تحصیل دهد.

س: چرا تصمیم گرفتید که گزارشگر رادیو و تلویزیون شوید؟

ج: وقتی دوره کارشناسی را به پایان رساندم با خبرنگاران رادیو و تلویزیون برخورد کردم و از مشاهده فعالیت‌های آنها سخت تحت تأثیر قرار گرفتم. با خود فکر کردم باید کار جالبی باشد. فکر می‌کنم علاقه من تا حدودی مربوط به جذابیت خاص این حرفه است. جاذبه‌هایی مانند اینکه اخبار را با نام خودتان ارائه می‌کنید. برخلاف شغل‌های دیگر که مردم دقیقاً نمی‌دانند شما چه کاری

---

1. Adrian Butterworth 2. Falmouth 3. Somerset

انجام می‌دهید در اینجا آنها به مطالب شما گوش می‌کنند و نتیجه نهایی کار را می‌شنوند.

س: شما این جذابیت را بیشتر در چه می‌بینید؟ ظاهرشدن بر صفحه تلویزیون و یا ارائه اخبار از طریق امواج رادیویی؟

ج: حقیقتش این شغل چندان هم پرجاذبه نیست. از نگاه مردم کار جالب و پرهیجانی است. هنگامی که وارد این کار شدم جالب‌ترین قسمت برایم گفت‌وگو با مردم بود.

س: میانگین سنی دانشجویان کارشناسی ارشد در این رشته چند سال است؟

ج: میانگین سنی در حدود ۲۳ یا ۲۴ سال است اما در مجموع دانشجوها از گروه‌های سنی مختلف هستند. خود من ۲۷ سال دارم. دو نفر دیگر هستند که سنشان از من بالاتر است. یکی از آنها حدود ۴۰ سال دارد ولی بقیه همگی بین ۲۱ تا ۲۷ سال دارند. امسال گروه نسبتاً جوانی داریم. اما می‌دانم که در گذشته دانشجویانی با سن‌های بالاتر نیز در این رشته مشغول به تحصیل بودند.

س: چرا گذراندن مقطع کارشناسی ارشد خبرنگاری رادیو و تلویزیون برای حرفه شما این‌قدر حائز اهمیت است؟

ج: درواقع من کارم را با ویرایش خبر شروع کردم. مشکل عمده این بود که من از مسایل حقوقی و قانونی اطلاع کافی نداشتم. به‌عنوان مثال وقتی شما برای پرس و جو در مورد یک خودکشی به پلیس تلفن می‌کنید و افسر مربوط به شما می‌گوید که در اتاق متوفی مواد مخدر پیدا کرده‌اند، آیا شما باید این مطلب را در گزارش خود قید کنید؟ حتی ممکن است به دلیل فشار کاری و محدودیت زمان به‌طور اتفاقی نتیجه‌گیری کنید که مواد مخدر برای خودکشی استفاده شده و یا حتی باعث مرگ شخص شده است. نبود اطلاع کافی از قانون و یا جزئیات آنچه

مجاز به گزارش آن هستید می‌تواند در زمانی کوتاه شما را دچار دردسرهای بزرگی کند. اگر خبرنگار «بی‌بی‌سی» باشید بخشی از وظایف شما پوشش خبری جلسات دادگاه خواهد بود. من حتی در مورد نحوه نگارش گزارش‌های مربوط به حکومت‌های محلی اطلاع کافی نداشتم درحالی که حساسیت این گزارش‌ها بسیار زیاد است. نمی‌توان انتظار داشت که یک نفر چم و خم کار را در مدت پنج دقیقه برای شما توضیح دهد. شاید من می‌توانستم به تنهایی و با مطالعه، این مطالب را شخصاً یاد بگیرم اما طبعاً این کار بسیار دشوار بود.

س: مطالعات مقطع کارشناسی در رشته رادیو و تلویزیون تا چه میزان در پیشرفت حرفه‌ای و تحصیلی شما ثمربخش بود؟

ج: تا آنجا که مربوط به مهارت‌های فنی می‌شود، در دوران کارشناسی ویرایش متن به شیوه دیجیتالی و با استفاده از رایانه را آموختم. همچنین در زمینه نحوه ارائه اخبار تجربه اندکی به‌دست آوردم و با مسایل مطرح در این زمینه آشنایی کلی کسب کردم. با این وجود این‌ها تنها نکات مثبت این دوره تحصیلی نیست. در واقع این رشته به صورت یک دوره علمی دانشگاهی طراحی شده تا نقش و عملکرد رسانه‌ها در جامعه معاصر را به دانشجو بیاموزد. بنابراین می‌توانید از این آموزش‌ها استفاده زیادی ببرید و یا حداقل از آموخته‌های خود در ارائه گزارشهای رادیویی و تلویزیونی کمک بگیرید. اگر در رادیو مشغول به کار شوید، می‌توانید با بررسی نوع برنامه‌ها و مخاطبین خاص آنها عملکرد شبکه رادیویی را به‌طور دقیق تجزیه و تحلیل کنید و این مهارت را مدیون تحصیلات دانشگاهی خود هستید. بنابراین معتقدم که این دوره قطعاً به پیشرفت من کمک کرده است اما نه به آن شکلی که دیگران تصور می‌کنند. همه فکر می‌کنند که چون من در رشته رادیو و تلویزیون درس خوانده‌ام، پس حتماً مهارت بی‌نظیری در تهیه و ارائه اخبار دارم.

درحالی که این‌طور نیست. این دوره آموزشی ذهن را می‌پروراند به‌گونه‌ای که خبرنگار، هنگام انجام کار به صورت حرفه‌ای توانایی تجزیه و تحلیل مسایل را خواهد داشت.

س: آیا فکر می‌کنید می‌توانستید تنها با گذراندن مقطع کارشناسی و تکمیل آن با آموزش ضمن خدمت به اهداف خود دست یابید؟

ج: در واقع من کار خودم را به عنوان ویراستار با ناگفته گذاشتن دست‌کم بخشی از حقیقت شروع کردم. روز اولی که به رادیو رفتم از من پرسیدند: «سوابق کاری شما چیست؟» من درحالی گفتم که فارغ التحصیل دانشکده فالموت در رشته رادیو و بخوبی تلویزیون هستم که می‌دانستم آنها تصور خواهند کرد من خبرنگاری رادیو و تلویزیون خوانده‌ام و همینطور هم شد. آنها گفتند: «بسیار خوب روز پنج‌شنبه شما مسؤول خبر خواهید بود تا ما هم با کارتان آشنا شویم.» با خود گفتم: «خدای من! دارم چه کار می‌کنم!» صبح روز پنج‌شنبه شد. چند ساعت بعد همه آنجا را ترک کردند و مرا در ساختمان تنها گذاشتند تا اخبار ساعت پنج را تهیه و گزارش کنم. من تا آن روز هرگز مصاحبه نکرده بودم و حتی یک مصاحبه تلفنی هم انجام نداده بودم. شب قبل از آن در یک دوره فشرده یاد گرفته بودم که چگونه با سیستم ویرایش کار کنم. با این حال همه چیز به خیر گذشت. موفق شدم تمام مصاحبه‌ها را تا قبل از ساعت پنج انجام دهم و ویرایش کنم. تنها ایراد کار این بود که به جای خواندن اخبار گویی آواز می‌خواندم. در آن زمان هیچ مهارتی در ارائه اخبار نداشتم. اگرچه میزان بلندی صدایم خوب بود، اما هیچ کنترلی روی زیروبمی صدا نداشتم. حالا دیگر آنقدر مهارت کسب کرده‌ام که با گوش کردن به صدا می‌توانم آن را در حد مطلوب نگه دارم.

س: آیا برنامه کاری خاصی را دنبال می‌کنید؟

ج: خیر اصلاً این‌طور نیست. سعی می‌کنم نسبت به هر کاری که ممکن است پیش بیاید با ذهن باز برخورد کنم.

س: فکر می‌کنید پس از فارغ‌التحصیل شدن، کارفرمایان احتمالی چه نظری درباره صلاحیت‌های حرفه‌ای شما خواهند داشت؟

ج: فکر می‌کنم که من با داشتن تجربه کاری خوب و مدرک کارشناسی ارشد در رشته خبرنگاری رادیو و تلویزیون به نحو مطلوبی واجد شرایط استخدام باشم. درواقع انتظار دارم که از کار من در این حرفه بخوبی استقبال شود. البته تا زمانی که تجربه کار برای بی بی سی یا مؤسساتی در این رده نداشته باشید هنوز هم جای کمی تردید باقی است. اما در هر صورت ۹۹ درصد فارغ التحصیلان این رشته سابقه استخدام داشته‌اند.

س: در این دوره چه چیزهایی می‌توان آموخت که از راه‌های دیگر قابل یادگیری نیستند؟

ج: درواقع چیز بخصوصی نیست. اما نکته مهم این است که همه مطالب لازم را یکجا فرا می‌گیرید. این یک دوره فشرده یک ساله است که به شکل مطلوبی برنامه‌ریزی شده است و وظیفه شما فقط این است که خوب مطالعه و تلاش کنید. آموختن تمام مطالبی که در این یک سال و حین انجام کار یاد می‌گیرید ، در صورت مطالعهٔ شخصی سال‌های متمادی طول می‌کشد. درواقع باید چندین سال بنشینید و مطالعه کنید و همه چیز را با اتکا به توان خود بیاموزید. درحالی که این دوره یک راه بسیار سریع برای یادگیری مطالبی گسترده و متنوع در مورد این رشته و البته کار کردن با حرفه‌ای‌های این رشته است.

س: گذراندن دوره‌هایی شبیه به این چقدر هزینه دارد؟

ج: یکی از مشکلات کار همین جاست. من بدهی زیادی به بانک و صندوق وام

دانشجویی دارم. هزینه دروس این دوره به تنهایی ۳۵۰۰ پوند است که هزینه‌های جانبی زندگی را نیز باید به آن اضافه کرد. به همین دلیل مجبور شدم یک وام دریافت کنم که بهره آن را نیز باید بپردازم.

س: تأثیر این دوره بر حس اعتماد به نفس شما چگونه بوده است؟ آیا احساس می‌کنید که نسبت به مقطع کارشناسی حرفه‌ای‌تر شده‌اید و یا خواهید شد؟

ج: بله قطعاً همینطور است. البته من حالا تجربه ویراستاری نیز کسب کرده‌ام و درواقع مثل یک مدیر اتاق خبر، کارهایم را اداره کرده‌ام. این سؤال قطعاً برای دانشجویانی که تازه مقطع کارشناسی را تمام کرده‌اند جالب توجه است. مطمئناً آشنایی با کار از نزدیک برای آنها بسیار جالب است، زیرا آنچه را در کلاس درس آموخته‌اند باید به عنوان شغل خود انجام دهند. اینجا باید حداقل از ساعت ۹ صبح تا ۵ بعدازظهر کار کنید و در ضمن پختگی لازم را برای زمانبندی کارها داشته باشید. به هرحال من وضعیت کاملاً جدیدی پیدا کرده‌ام. مهمتر از همه اینکه برای رفتن به دانشکده لباس‌های مناسب می‌پوشم. به علاوه در پایان روز دیگر نیازی به مرور مطالب تدریس شده ندارم و بحث آزاد هم در کار نیست. اینجا با دنیای واقعی سروکار داریم و این ویژگی خاص حرفه خبرنگاری است.

س: در این دوره به طور معمول هر روز به چه موضوعاتی می‌پردازید؟

ج: تقریباً ساعت ۷:۳۰ صبح بیدار می‌شوم و حدود یک ساعت اخبار تلویزیون را می‌بینم. بعد به تله‌تکست و روزنامه‌های محلی و سراسری نگاهی می‌اندازم. ساعت ۹:۳۰ به شورای خبر می‌روم. در آنجا به هرکدام از ما چهل ثانیه وقت می‌دهند تا در مورد یک موضوع محلی گزارشی ارائه کنیم و سپس سؤال‌هایی راجع به همان موضوع از ما می‌پرسند، درست مثل اینکه از داخل استودیو سؤال‌هایی از یک گزارشگر می‌پرسند. به‌طور معمول در هر روز مهارت‌های

خبرنگاری از قبیل نوشتن تیتر، لید و متن خبر، مهارت‌های ویژه گزارش‌های رادیو و تلویزیونی، ساختن برنامه، مجله‌های صوتی و تصویری، تنظیم و تدوین اخبار، تحقیق در مورد موضوعات خبری و در مجموع هرآنچه در اتاق خبر انجام می‌گیرد، آموزش داده می‌شود. روزهای دیگر هم مسائل قانونی، دولتی و سیاسی بررسی می‌شود. همچنین سخنرانی‌های کلاسی در مورد سلامت و امنیت، مهارت‌های مدیریتی و موضوعات دیگر ارائه می‌شود.

س: آیا کار عملی نیز انجام می‌دهید؟

ج: ترم آینده هریک از ما در تعطیلات آخر هفته به یک رادیوی محلی می‌رویم. بدین ترتیب در ماه مه یک ماه تجربه کاری خواهیم داشت. بیشتر دانشجوها تصمیم دارند در رادیوهای محلی یا آزاد مشغول به کار شوند.

س: آیا مطلب دیگری هست که مایل باشید مطرح کنید؟

ج: بیشتر افراد تصور می‌کنند که برای یک خبرنگار موفق رادیو و تلویزیون تنها ویژگی مهم این است که بسیار جاه‌طلب باشد. اشخاص بسیاری را دیده‌ام که این شیوه را درپیش گرفته‌اند، اما آنها مورد تأیید کسی نیستند. هیچکس به آنها علاقه‌ای ندارد و آنها نیز مردم را دوست ندارند. این افراد معمولاً قضیه را خیلی جدی می‌گیرند. آنها درست فکر نمی‌کنند و در نتیجه بیش از حد تصورشان دچار دردسر می‌شوند. لازمه این حرفه این است که توانایی مقابله با تنش‌های کاری را داشته باشید و بیش از اندازه نیز جاه‌طلب نباشید. مجری یک برنامه خبری تلویزیون بودن ممکن است در ظاهر بسیار جذاب باشد اما نفس کار گزارشگری همواره ارزشمند است. تنها نکته مهم این است که افراد آرامش خود را حفظ کنند و بدانند که سرانجام همه آنها پلکان ترقی را خواهند پیمود.

۳

نگارش

نوشتن ریشه در دوران ماقبل تاریخ دارد یعنی زمانی که اشیاء مورد معامله را داخل گِل می‌گذاشتند و روی آن را با نشانه‌هایی علامت‌گذاری می‌کردند. این علامات درواقع بیانگر کالای مورد معامله و ارزش معادلی بود که می‌بایست در مقابل آن پرداخت شود، مثلاً مقداری گندم یا هر چیز دیگر. این چک‌های نخستین درواقع تضمینی برای ارائه کالا با نشان مخصوص صاحب آن بود. این نشانه اثر انگشت نبود بلکه درواقع یک علامت قابل شناسایی بود. بدین ترتیب اولین علامت نوشتاری یا اولین امضا به‌وجود آمد. گرچه ممکن است چندان مهم به نظر نیاید، اما این شروع نوشتن بود.

خبر خوب

«سریع برایم یک خبر بیاور!» این جمله معمولاً وردزبان یک دبیر گروه است. البته هنگامی‌که برای پر کردن فضای خالی صفحه روزنامه نیاز به مطلب وجود

دارد، این خواسته‌ای غیرمنطقی نیست. با این وجود دبیر گروه هیچ‌گاه نمی‌گوید «زودباش یک خبر خوب برایم بیاور!» زیرا پرواضح است که فضای خالی باید با اخبار خوب پر شود. اما یک خبر خوب چه ویژگی‌هایی دارد؟ یک خبر خوب براساس مطالعه و تحقیق تنظیم شده و با مهارت نوشته شده است، دقیق و آموزنده و حاوی اطلاعات مفید و مرتبط است، توجه خواننده را جلب می‌کند و از همه مهمتر ویرایش شده است.

آن دورانی که نویسنده‌ها زحمت اصلاح کردن اشتباه نگارشی خود را به عهده ویراستار می‌گذاشتند به‌سر آمده است. امروزه دیگر داشتن تفکر خلاق کافی نیست، بلکه خبرنگار باید املای درست کلمات و قوانین دستوری را بداند. وظیفه ویراستار هم دیگر تغییر کرده و در بعضی موارد به‌طور کلی حذف شده است. داشتن مهارت ادبی در نگارش متن تاحدودی مهم است اما انتظار نمی‌رود که خبرنگار بتواند مانند نویسندگان بزرگ قلم بزند. نویسنده باید استعداد لازم برای روح بخشیدن به مطلب را داشته باشد. حتی جدی‌ترین گزارش‌های خبری هم باید به نوعی از وزن و آهنگ خاصی برخوردار باشند.

مطالعه مطبوعات

اگر برای یک روزنامه یا مجله کار می‌کنید باید به سبک خاص آن نشریه بنویسید. اما این کار چندان که در ابتدا به نظر می‌آید ساده نیست. برای این که قلم خود را با یک سبک نوشتاری تطبیق دهید باید بینش خوبی برای درک سبک مورد نظر داشته باشید. هر اندازه که می‌توانید روزنامه‌های مختلف را مطالعه کنید و به ویژگی‌های خاصی که سبک آنها را متمایز می‌سازد توجه کنید. همه روزنامه‌ها حتی آنها که در یک گروه خاص دسته‌بندی می‌شوند، دارای سبک نوشتاری

یکسانی نیستند. شناسایی سبک‌های مختلف نیاز به صرف زمان و تلاش دارد اما به نتیجه آن می‌ارزد. حال یک موضوع روز خبری را که در مورد آن اطلاعاتی دارید و مورد توجه روزنامه‌های مختلف قرار دارد انتخاب کنید و در مورد آن یک گزارش به سبک هر یک از روزنامه‌هایی که انتخاب کرده‌اید بنویسید. در این تمرین رعایت سبک نگارش مورد نظر به مراتب مهمتر از صحت اطلاعات گزارشی است که می‌نویسید. پس از تکمیل این تمرین به دنبال شباهت‌های موجود بگردید. آیا مطلبی که به سبک روزنامه «الف» نوشته‌اید از نظر تعداد کلمات به خبر واقعی نزدیک است؟ آیا گزارشی که برای روزنامه «ب» نوشته‌اید از دید خوانندگان این روزنامه جذاب است؟ آیا در خبری که به سبک روزنامه «پ» نوشته‌اید از عبارات و کلمات کلیدی مشابه استفاده کرده‌اید؟ کدام کلمات؟ به عنوان مثال ممکن است در روزنامه «پ» از دامنه وسیعی از واژه‌ها و ساختارهای پیچیده دستوری استفاده شود، درحالی که اخبار روزنامه «ب» در مقایسه کوتاه و تأثیرگذار است. البته این مطلب ضرورتاً بدان معنا نیست که کوتاه نوشتن آسانتر است. گاهی اوقات گنجاندن مطالب اصلی یک گزارش در ۱۰۰ کلمه بسیار سخت‌تر از بیان آن در ۳۵۰ کلمه است.

سبک نگارش چیست؟

سبک نگارش ادبی درواقع شیوه خاصی نوشتن است که هم برای نویسنده و هم خواننده تعریف مشخصی دارد درست همان‌گونه که سبک‌های مختلف گفتاری با لهجه‌ها و گویش‌های متفاوت وجود دارد. به عنوان مثال استفاده از جملات منقطع و ناپیوسته، عبارات توصیفی بلند و یا اصطلاحات فنی، تخصصی و واژه‌های خاص می‌توانند نشان دهنده سبک خاص یک نویسنده باشند. وفاداری

به یک سبک نگارشی خاص ممکن است برای یک داستان نویس بسیار مناسب باشد، اما نویسنده خبر باید هرگونه ادعایی مبنی بر داشتن یک سبک شخصی را کنارگذاشته به سبک نشریه مورد نظر بنویسد. سبک داخلی یک نشریه درواقع یک شیوه قراردادی در مورد ساختار و طول جمله‌ها و بندها، نحوه استفاده از عناوین و اسامی و اعداد، علامت‌گذاری ، علامات اختصاری و حروف کوچک و بزرگ است. هر نشریه به منظور ایجاد یکنواختی در مطالب تولیدی،کاهش نکات مبهم، تسهیل در درک متن و ایجاد یک هویت خاص در ذهن خواننده برای خود یک سبک نوشتاری قراردادی تعیین می‌کند. با رعایت یک سبک مخصوص، خصوصیات نوشتاری یک نشریه در طول زمان یکنواخت می‌ماند، حتی اگر محتوای خبر و نویسنده‌ها به‌طور مرتب تغییر کنند. یکنواختی در زبان نوشتاری از ویژگی‌های یک نشریه خوب و یک تیم نویسنده حرفه‌ای است.

سبک نگارش چه مختص شما باشد و چه متعلق به نشریه، درواقع پیامد تلاشی است که برای برقراری ارتباط صریح و روشن از طریق روزنامه با خواننده صورت می‌پذیرد. تلاش برای نگارش مطلب به یک سبک خاص می‌تواند به هدف نگارش خبر لطمه بزند. هدف اصلی نگارش یک خبر همیشه باید ارائه اطلاعات واضح و مختصر با استفاده از یک روش منظم باشد.

سبک نگارش یک نشریه از درجه بعدی اهمیت برخوردار است، زیرا خواننده بیشتر تمایل به کسب اطلاعات صحیح دارد تا توانایی و استعداد خارق‌العاده یک مقاله‌نویس. با این وجود محتوای مطلب نباید سبک نوشتاری آن را تحت‌الشعاع قرار دهد.

رعایت سبک نگارش نشریه نه تنها محدودکننده نیست بلکه باعث می‌شود تا نویسندگان و ویراستارها زمان زیادی را صرف بررسی املای صحیح یک واژه،

علامات اختصاری و یا اعداد نکنند. دستورالعمل‌های لازم هم به شکلی صریح و ساده در یک کتاب آیین نگارش منظور شده‌اند. سبک نگارش تعریف شده همچنین از بروز اختلاف نظر میان اعضای تیم نویسندگان جلوگیری می‌کند. بدین ترتیب هیچ نویسنده‌ای مجبور نخواهد شد به منظور انطباق با سبک نوشتاری یک نویسنده دیگر در کار خود تغییراتی ایجاد کند. به‌طور خلاصه:

- کتاب آیین نگارش روزنامه باعث می‌شود تا نویسنده، ویراستار و ناشر در تولید خبر قواعد یکسانی را رعایت کنند.

- وقتی قواعد املایی و نقطه‌گذاری یکسان باشد خواندن و درک مطلب آسانتر می‌شود.

- آیین نگارش نحوه نوشتن اعدادوارقام رامشخص می‌کند. مثلاً به جای ساعت سه یا ۳:۰۰ بنویسیم ۳ بعدازظهر و یا به جای ده‌پوندیا £۱۰/۰۰ بنویسیم £۱۰.

- آیین نگارش در مورد نقطه‌گذاری متن، املای کلمات و قواعد دستوری نیز دستورالعمل‌های خاصی دارد.

تنها موردی که عبارات طولانی به ایجاز در کلام ترجیح داده می‌شود زمانی است که احتمال بروز شبهه وجود دارد. این مطلب معمولاً در مورد واژه‌های فنی، اختصارات یا سرواژه‌ها صدق می‌کند.

در بعضی نشریات خاص، صورت‌های کوتاه شده کلمات نشانه سبک نگارش منحصر به فرد آن نشریه است.

واژگان

یک نویسنده نیز باید مانند یک ویراستار همیشه یک واژه‌نامه، فرهنگ جامع و فرهنگ واژه‌های مترادف را جزو وسایل شخصی خویش داشته باشد. استفاده

دائمی از این کتاب‌ها نه تنها گره از مشکلات روزانه می‌گشاید بلکه کمک می‌کند تا دایرهٔ واژگان نویسنده وسیع‌تر شود. کنجکاوی در مورد معنا و ریشه واژگان روش خوبی برای افزایش دامنه معلومات لغوی است.

همیشه معنای واژه‌هایی را که نمی‌دانید در یک واژه‌نامه جست‌وجو کنید. ادراک شخصی به کمک واژه‌نامه می‌تواند راهنمای خوبی برایتان باشد. تهیه فهرستی از عبارات و واژه‌های جدید نیز روش خوبی برای یادگیری است.

ویرایش متن

برای ویرایش یک متن دیدگاه شخص ویراستار درست به اندازه تمرین و ممارست او در این کار اهمیت دارد. نویسنده یک متن غالباً آنقدر شیفته اثر خود می‌شود که به سختی می‌تواند واژه یا عبارتی را از آن حذف کند، زیرا در نظر او تمام این کلمه‌ها و عبارت‌ها متنی روان را پدید می‌آورند و به آن روح می‌بخشند. اینکه یک نویسنده نیز بتواند مانند ویراستار از بیرون به متن نگاه کند تا حشو و زواید آن را حذف کند، نیاز به تسلط و قدرت تحلیل بالایی دارد.

به‌طور نظری ویرایش متن نباید کار چندان دشواری باشد. هرچه باشد نویسنده و ویراستار هردو یک هدف واحد را دنبال می‌کنند و آن ارائه یک خبر خوب است که هم شفاف و هم کوتاه باشد. مؤثرترین شیوهٔ دستیابی به این هدف و تطبیق متن با سبک نگارش نشریه این است که نویسنده خبر را با دقت فراوان بخواند و تغییرات لازم را در آن اعمال کند. قبل از تحویل خبر به ویراستار نویسنده باید ویرایش اولیه را انجام دهد تا محتوای متن روشن و شفاف باشد، غلط‌های دستوری تصحیح شود و عبارات پیش‌پا افتاده از آن حذف شود.

ویرایش می‌تواند یک متن بی‌روح را زنده کند. اگرچه باید اذعان داشت که

بیشتر نویسندگان وقتی به موعد مقرر برای تحویل کار نزدیک می‌شوند نمی‌توانند در تصحیح و ویرایش مطلب دقت کافی به خرج دهند. طبیعی است که درگذشته همواره نوعی خصومت بین ویراستاران و نویسندگانی که به هیچ وجه مایل نیستند مطلبشان کوتاه شود وجود داشته است. این مسأله چندان هم تعجب‌انگیز نیست چرا که ویراستارها همواره از به‌کارگیری استعارات، عبارات زاید و کلیشه‌ای، علامات اختصاری مبهم و واژگان فنی و پیچیده که فقط به تکلف زبان می‌افزاید و نه به معنای آن، گلایه‌مندند، و این گلایه‌ای کاملاً برحق است.

فارغ التحصیلان روزنامه‌نگاری و خبرنگاری غالباً در نگارش جملات طولانی و پیچیده ید طولایی دارند. اطناب کلام را افراد معمولاً در مدرسه و دانشگاه می‌آموزند، زیرا در آنجا برای دست یافتن به تعداد واژه‌های مورد نظر مقالات خود را تاحد ممکن با عبارات زاید و غیرضروری طولانی می‌کنند. دقیقاً در همین مراحل اولیه کسب مهارت‌های نگارشی است که تأکید زیادی روی طول مطلب و کلمات دشوار و نه معنادار می‌شود. این تأکید باعث می‌شود تا ارتباط روشنی بین خواننده و متن برقرار نشود.

بیشتر نوشته‌ها را می‌توان کوتاه کرد. اساس مهارت یک ویراستار در یافتن و حذف کلمات و عبارات زایدی است که نبودشان در معنای متن خللی وارد نمی‌کند. اما یک نویسنده وقتی مجبور باشد تحت فشار و ضرب العجل کار کند چطور می‌تواند از شعاردادن و حرف‌های تکراری اجتناب نماید؟

اطناب کلام

در کار خبرنگاری فضا معمولاً از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. اگر بتوان یک واژه را به جای چندین واژه استفاده کرد آن گاه فضای بیشتری برای بیان

اطلاعات وجود دارد. استفاده از واژگان مترادف نمی‌گذارد که متن کسل کننده شود. با این حال نباید از واژگان چند سیلابی یا عبارات توضیحی به جای یک کلمه ساده استفاده کرد. واژه‌های کوتاه همواره نسبت به واژه‌های بلندتر ارجحیت دارند و باید بجای آنها استفاده شوند.

به‌طور کلی جملات باید کوتاه باشند. سعی کنید هر جمله از ۳۰ کلمه بیشتر نشود. استفاده از جملات طولانی‌تر در کنار جملاتی که تنها ۱۰ کلمه یا کمتر دارند به متن شما تنوع می‌بخشد.

نوشتن لید و متن

مهمترین قسمت یک خبر یا گزارش بلند لید آن است بویژه چند کلمه اول که باید هم توجه خواننده را جلب کند و هم نکات اصلی ماجرا را به کوتاهترین شکل ممکن بیان کند. از بندهای بعدی برای تقسیم متن به قسمت‌های قابل درک برای خواننده استفاده می‌شود. هربند درواقع یک یا چند جمله است که مضمونی خاص را در قالب موضوع اصلی بیان می‌کند. هربند، مانند صحنه‌های مختلف یک نمایش، خبر را به انتهای آن نزدیکتر می‌کند.

بندها باید با ظرافت به یکدیگر پیوند داده شوند. برای این منظور می‌توان از قیدها استفاده کرد. کلماتی مانند چراکه، بناچار، درواقع، اگرچه، در عین حال و با این وجود می‌توانند بندها را به یکدیگر وصل کنند. در بعضی نشریات یک بند ممکن است فقط از یک جمله تشکیل شده باشد.

متن را به بندهای مختلف تقسیم کنید و مانند نگارش جمله‌ها از بندهای کوتاه و بلند استفاده کنید.

صفات

برای توصیف بهتر و یا دادن اطلاعات بیشتر ـ البته با رعایت اعتدال ـ می‌توانید از صفت‌ها استفاده کنید.

دقت

نوشتن مقالات کوتاه و شفاف یک مهارت است. اما آنچه نویسنده ملزم به رعایت آن است ارائه اطلاعات دقیق است. برای نقل ماجرا به صورت صحیح و کمک به ترسیم یک تصویر روشن و کامل در ذهن خواننده عرضهٔ اطلاعات دقیق لازم است. در جمله‌های خود جزئیات و اطلاعات را بگنجانید. هدف از نوشتن خبر، ارائه اطلاعات دقیق و مشخص است.

مثال ۱: یک کامیون بزرگ که کنترل خود را از دست داده بود به دیوار یک کلبه قدیمی در نزدیکی ولورهمپتون[1] برخورد کرد. شاهدان عینی این حادثه می‌گویند کامیون با سرعت زیادی در حال حرکت بود که ناگهان کنترلش را از دست داد و از جاده خارج شد و به کلبه برخورد کرد. به گفته کارشناسان بیرون آوردن کامیون بدون اینکه دیوار کلبه فرو بریزد کار بسیار دشواری است. راننده و چند نفر از عابرین که در اثر این حادثه دچار شوک شده بودند به بیمارستان منتقل شدند. (۸٦ کلمه)

برای ارائه اطلاعات دقیق‌تر و روشن‌تر متن را بدین صورت بازنویسی می‌کنیم:

---

1. Wolverhampton

مثال ۲: یک کامیون دوتنی مفصل دارکه سعی داشت از برخورد با عابر پیاده‌ای خودداری کند از جاده خارج شد و با دیوار یک کلبه قدیمی متعلق به قرن هفدهم برخورد کرد. این کامیون که گوشت یخ‌زده حمل می‌کرد دیروز ساعت ۸ صبح درست ۳۰ دقیقه قبل از اینکه این تصادف در بزرگراه پرتردد **A454** در روستای ترسکوت[1] رخ بدهد از انباری در شهر ولورهمپتون به راه افتاده بود. به گفته شاهدان عینی کامیون سرعتش از حد مجاز ۳۰ مایل در ساعت بیشتر بود که ناگهان راننده کنترل خود را از دست داد و به کلبه برخورد کرد. کارشناسان ساختمانی می‌گویند برای بیرون کشیدن کامیون از دیوار تخریب شده جلویی نیاز به اهرم و تجهیزات بالابرنده سنگین است. راننده و دو عابر که دچار شوک شده بودند به بیمارستانی در ولورهمپتون منتقل شدند. در زمان وقوع حادثه هیچکس در کلبه حضور نداشت. (۱۴۲ کلمه)

در مثال اول اگرچه مطلب کمی ابهام دارد، در عوض دارای کلمات زاید نیست. طلب دوم حاوی جزئیات مربوط به تصادف است اما تقریباً دوبرابر نیز بلندتر ست. آیا می‌توان این متن را بدون حذف جزئیات ضروری کوتاه کرد؟

مثال ۳: یک کامیون ده تنی برای جلوگیری از برخورد با عابر پیاده از جاده پرتردد **A454** خارج شد و با یک کلبه قرن هفدهم تصادف کرد. کامیون حاوی گوشت دیروز ساعت ۸ صبح یعنی نیم ساعت قبل از برخورد در روستای ترسکوت، ولورهمپتون را ترک کرده بود. به گفته

---

1. Trescott

شاهدان، راننده که سرعتش بیش از حد مجاز ۳۰ مایل در ساعت بود نتوانست وسیله را کنترل کند. کارشناسان ساختمانی عقیده دارند برای بیرون کشیدن کامیون از دیوار جلویی اهرم و تجهیزات بالابر لازم است. راننده و دو عابر به دلیل شوک وارده به بیمارستان ولورهمپتون منتقل شدند. در زمان وقوع حادثه کسی در کلبه نبود. (۱۰۲ کلمه)

مطلب سوم اگرچه به کوتاهی مطلب اول نیست، اما ۴۰ کلمه کوتاهتر است درحالی که تمامی اطلاعات مهم را دربر دارد. در صورت امکان کلمات کوتاهتر باید جایگزین کلمات بلندتر شوند.

عبارات کلیشه‌ای

از به‌کاربردن عبارات کلیشه‌ای و تکراری شدیداً خودداری کنید. مشکل بیشتر نویسنده‌ها این است که نمی‌توانند در برابر وسوسه استفاده از کلیشه‌ها مقاومت کنند، زیرا این عبارات کار آنها را راحت‌تر می‌کند و پیداکردنشان نیز آسان است. با این وجود روزنامه‌نگاران و گزارشگران نباید چندان هم به خود حق بدهند تا از عبارات کلیشه‌ای انتقاد کنند، چرا که اغلب خود آنها هستند که این عبارات را باب می‌کنند.

وقتی این نوع عبارات برای چند مرتبه اول استفاده می‌شوند زیاد جای نگرانی نیست. اما استفاده مکرر از آنها باعث می‌شود تا تأثیرگذاری خود را از دست بدهند. در دنیای امروز که تحت سیطره ارتباطات جهانی است کلیشه‌ها خیلی زود تکراری و خسته‌کننده می‌شوند.

هنگام ویرایش یک متن به دنبال کلیشه‌ها بگردید و آنها را با عبارات صریح و شفاف جایگزین کنید. تنها زمانی از کلیشه‌ها استفاده کنید که از کسی نقل‌قول

می‌کنید زیرا بیشتر عبارات کلیشه‌ای در زبان گفتاری و محاوره‌ای متداول‌تر از زبان نوشتاری هستند.

با این وجود می‌توان چنین استدلال کرد که گاهی اوقات نویسنده احساس می‌کند که باتوجه به سیاق کلام استفاده از یک عبارت کلیشه‌ای در یک متن بسیار بجاست و هیچ عبارت دیگری را نمی‌توان جایگزین آن کرد.

زبان تخصصی

نویسندگانی که برای نشریات تجاری و حرفه‌ای کار می‌کنند با اصطلاحات فنی خاص آن رشته آشنایی دارند و درواقع خوانندگان نه تنها معنای این اصطلاحات را درک می‌کنند بلکه به نوعی توقع دارند چنین عباراتی را در این نشریات ببینند. در خبرها و مقالات غیرتخصصی از به کاربردن این واژه‌ها خودداری کنید و در صورت الزام به استفاده معنای آنها را شرح دهید.

علامات اختصاری

همان‌گونه که در مورد زبان و واژه‌های تخصصی توضیح داده شد، نویسنده نباید از خوانندگان انتظار داشته باشد که با تمام علامات اختصاری آشنا باشند. بلافاصله بعد از به کار بردن یک علامت اختصاری عبارت کامل آن را بنویسید و در صورت استفاده از یک علامت اختصاری متفاوت برای همان عبارت حتماً برای خواننده توضیح دهید. البته برخی علامات اختصاری خاص شناخته شده هستند و نیازی به توضیح ندارند.

یک روش دیگر این است که بار اول واژه‌ها یا عبارت مورد نظر را به شکل کامل قید کنیم و به دنبال آن علامت اختصاری را داخل پرانتز بیاوریم.

اطلاعات و رخدادها

این قانون خبرنگاری که واژه‌های اختصاری باید همان مرتبه اول به‌طور کامل بیان شوند در مورد هرگونه اطلاعات یا رویدادهایی که خواننده احتمالاً نمی‌داند یا به یاد ندارد صدق می‌کند. به‌عنوان مثال مطبوعات انگلیسی از واژه «گلاستون بری[1]» برای اشاره به جشنواره موسیقی پاپ که همه ساله در سامرست برگزار می‌شود استفاده می‌کنند. درحالی که این واژه ممکن است با شهر «گلاستون بری» که چندین مایل از محل برگزاری جشنواره دورتر است اشتباه‌گرفته شود. بنابراین می‌توان این جشنواره را بدین شکل معرفی کرد:

> برگزارکنندگان جشنواره موسیقی پاپ گلاستون بری که همه ساله در نزدیکی روستای پیلتون[2] در شهر سامرست برگزار می‌شود در نظر دارند امسال رکورد تعداد شرکت‌کنندگان در این مراسم را بشکنند.
>
> میزان شرکت در این مراسم در سال‌های اخیر کاهش یافته است.

در این مثال واژه «گلاستون بری» به‌طور کامل برای خواننده‌ای که احتمالاً با موضوع برگزاری جشنواره آشنایی ندارد توضیح داده شده است. به مثال دیگری توجه کنید. در این مطلب واژهٔ «واترگیت» برای افراد ناآشنا با این موضوع در چند سطر تشریح شده است.

> نفوذ ماهرانه به آن محل را به ماجرای واترگیت[3] تشبیه کرده‌اند. یعنی زمانی که در سال ۱۹۷۲ اسناد و مدارک دولتی بنابه دستور مقامات ارشد دولتی به سرقت رفت. تحقیقات بعدی منجر به برکناری دستیاران رئیس جمهوری آمریکا «اچ آر هالدمان[4]» و «جان دی

---

1. Glastonbury 2. Pilton 3. Watergate 4. H R Haldeman

ارلیشمان[1]» و مهمتر از آن استیضاح رئیس جمهور «ریچارد نیکسون[2]» گردید.

حشو

یک مشکل عمده زبان انگلیسی این است که تعداد واژه‌های قابل قبول برای انتقال یک معنا بسیار زیاد است. بنابراین نویسنده وسوسه می‌شود که از کلمات زیادی استفاده کند و همین امر باعث ایجاد حشو می‌شود. مراقب باشید که تلاش شما برای استفاده نکردن از عبارت‌های کلیشه‌ای باعث افزایش زواید متن نشود.

مثال ۱: تصمیم شورا مبنی بر ساختن خانه‌های سازگار با محیط زیست مورد استقبال گروه‌های حفاظت از محیط زیست قرار گرفته است. این خانه‌ها به رنگ سبز هستند و ساکنان آنها همگی از قطعه زمینی که برای کاشت سبزیجات تازه در نظر گرفته شده است به‌طور مشترک استفاده می‌کنند. در مرحله برنامه‌ریزی اعضای شورا از نظرات کارشناسان زیست محیطی استقبال کردند و به آنها اطمینان دادند که از این پیشنهادها در آینده نیز استقبال خواهند کرد. این مسأله که ساخت تمامی خانه‌ها پیش از موعد مقرر کاملاً به پایان رسیده است برای اعضای شورا یک رویداد شگفت‌آور و غیرمترقبه بوده است. با این حال حقایقی که در پشت ماجرای خرید زمین پنهان است باید آشکار شود.

پس از حذف زواید، خبر بدین شکل تغییر می‌یابد:

---

1. John D Ehrlichman 2. Richard Milhous Nixon

مثال ۲: گروه‌های حامی محیط زیست از تصمیم شورا مبنی بر ساخت خانه‌های سازگار با محیط زیست استقبال کرده‌اند. ساکنان این خانه‌های سبز رنگ از قطعه زمین مشترکی برای کاشت سبزیجات استفاده می‌کنند. هنگام برنامه‌ریزی، اعضای شورا از نظرات کارشناسان زیست محیطی و پیشنهادهای آنان استقبال کردند. تمام شدن ساخت خانه‌ها زودتر از برنامه پیش‌بینی شده اعضای شورا را شگفت‌زده کرده است. با این حال حقایق مربوط به خرید زمین باید روشن شود.

در اینجا به یک نمونه دیگر از حشو اشاره می‌کنیم:

به دنبال جلسات متعدد و مذاکرات شفاهی طولانی، شورا برنامه‌های مربوط به توسعه زیست محیطی را با موفقیت به تصویب رسانید.

تشخیص حشو در ابتدا مشکل است و نویسنده باید خود را به دیدن زواید در یک نگاه عادت بدهد. به دنبال واژه‌های هم معنا و تکراری بگردید و غیر از عناصر ضروری بقیه کلمات را حذف کنید. بنابراین جمله بالا به شکل زیر اصلاح می‌شود:

به دنبال جلسات و مذاکرات متعدد، شورا برنامه‌های توسعه زیست محیطی را تصویب کرد.

استعارات مرکب

استعارات را می‌توان برای ایجاد خلاقیت در نوشتار به‌کار برد. در صورت استفاده صحیح، استعارات می‌توانند تصاویری زیبا و کامل در ذهن خواننده ترسیم کنند. با این حال از استفاده بی‌رویه از استعارات خودداری کنید. در

خبرنویسی استفاده مکرر از استعاره مانند کلیشه حاکی از آن است که نویسنده برای پرکردن فضا و یا کامل کردن جمله به دنبال عبارات سهل و قابل دسترسی می‌گردد.

هنگام به کار بردن استعارات سعی کنید از مطلب اصلی دور نشوید و در استفاده از این عبارات زیاده‌روی نکنید.

از ترکیب کردن استعارات با یکدیگر بپرهیزید زیرا این کار نشانه بی‌اطلاعی نویسنده از کاربرد صحیح استعاره و کلیشه است. ترکیب استعارات تنها درصورتی مجاز است که نویسنده بخواهد یک مضمون طنزآمیز ابداع کند.

حسن تعبیر

یکی از فنون نگارش که نویسنده را قادر می‌سازد بدون استفاده از واژه‌های نامناسب منظور حقیقی خویش را منتقل کند حسن تعبیر است. این روش هنگام وارد شدن به موضوعاتی از قبیل جنگ، مرگ‌ومیر و مسایل جنسی به‌کار می‌رود، زیرا در این موارد به دلیل ملاحظه احساسات و افکار عمومی نمی‌توان مسایل را به صورت واضح و مشروح توصیف کرد. خبرنگاران جنگی معمولاً از عباراتی نظیر تلفات جانی، خسارات جانبی، بمب‌های هوشمند، تبادل آتش یا افکار متعصبانه استفاده می‌کنند. این عبارات که با دقت بسیار ساخته می‌شوند معمولاً توسط دفاتر روابط عمومی سازمان‌های دفاع نظامی رواج می‌یابند. کار این سازمان‌ها جلوه‌دادن جنگ و مسایل مربوط به آن به‌گونه‌ای در ظاهر خوشایند است تا حتی‌المقدور از احساس خشم و نگرانی عمومی کاسته شود.

عبارتی همچون «موقعیت رسواکننده»، معمولاً در گزارش‌های مربوط به

رسوایی‌ها و جنایات جنسی به کار می‌رود. حسن تعبیرهایی که در مورد مرگ به‌کار می‌روند مانند شخص متوفی، به دیار باقی شتافتن، به هوش نیامدن و زخم‌های کشنده برداشتن، غالباً توسط مأمورین کفن و دفن، پزشکان، افسران پلیس و نیروهای مسلح ساخته شده‌اند تا از تأثیر اخبار ناخوشایند بکاهند.

واژه‌های ابداعی

در زبان روزمره معمولاً کلماتی ابداعی و قراردادی باب می‌شوند که به نظر مهم جلوه می‌کنند. البته این‌که به نظر مهم می‌رسند ضرورتاً به این معنا نیست که در حقیقت بااهمیت هستند. این واژه‌ها معمولاً در آگهی‌ها، سیاست و امور تبلیغاتی متولد می‌شوند و بتدریج جای خود را در گفتار روزمره باز می‌کنند. از این واژه‌ها در متون مختلف استفاده می‌شود تا تأثیر بیشتری روی خواننده بگذارند و مد یا تفکر روز را ترویج کنند. زبان رایانه‌ای یک فهرست بلند بالا از چنین واژه‌های ابداعی به وجود آورده است مانند اینترنت، دانلود و کاربر محور. درست به همان شیوه‌ای که پیشرفت علم و دانش باعث ظهور واژه‌هایی جدید چون ژنریک شده است. روز به روز نیز به محبوبیت این واژه‌ها از طریق مطبوعات و برنامه‌های رادیو و تلویزیون افزوده می‌شود.

اسامی خاص

برای اطمینان از صحت املای کلمات آنها را بررسی کنید. زیرا برخی اسامی را می‌توان به روش‌های مختلف نوشت. ساعت، تاریخ، اعداد و ارقام و میزان پول باید دومرتبه بازبینی شوند.

چندبار ویرایش کافی است؟

قبل از تحویل مطلب خود به میز خبر، خط به خط آن بویژه اسامی، عناوین و ارقام را مرور کنید. سپس برای بار دوم متن را بخوانید و این بار به دنبال غلط‌های املایی، دستوری و نقطه‌گذاری بگردید. از خود بپرسید که آیا متن سلیس و روان است؟ خجالت نکشید. حتی می‌توانید خبرتان را بلند بخوانید زیرا همکارانتان نیز احتمالاً همین کار را می‌کنند. اگر احساس رضایت نسبی داشتید، استراحت کوتاهی کنید و قبل از تحویل یک بار دیگر آن را مرور کنید.

۴

گفت‌وگو با یک خبرنگار

تریستان نیکولز[1] ۲۲ سال دارد. او کارآموز خبرنگاری در روزنامه ایونینگ هرالد[2] چاپ پلای موت[3] در انگلستان است. وی در دانشکده تحصیلات عالی پلای موت موفق به‌گذراندن یک دوره دوساله و کسب مدرک ملی صلاحیت حرفه‌ای در زمینه رسانه‌ها شد. او همچنین به عنوان دانشجوی سال معرفی شد و تاکنون چندین مرتبه برای ایراد سخنرانی در دانشکده دعوت شده است. نیکولز در سن ۱۶ سالگی در مجله روستای خود کار می‌کرد. او برای کسب موقعیت کنونی زحمت زیادی کشیده است.

س: چگونه از وجود این فرصت شغلی در ایونینگ هرالد مطلع شدید؟

ج: کاملاً اتفاقی بود. از طرف دانشکده برای کسب تجربه عملی به این روزنامه رفتم و در بخش‌های مختلف آن کار کردم. اول در قسمت گرافیک، بعد در بخش

---

1. Tristan Nichols 2. Evening Herald 3. Plymouth

آگهی‌ها و دست آخر هم سر از تحریریه درآوردم. از طریق همین روابط بود که بالاخره وارد روزنامه شدم. پیش از آن در حدود دو هفته پس از فارغ التحصیلی در ساندی ایندیپندنت[1] که یک روزنامه منطقه‌ای است و اخبار مربوط به قسمت‌های غربی کشور را پوشش می‌دهد استخدام شدم.

س: آیا این اولین کارتان بود؟

ج: درواقع اولین شغل من در این زمینه کاری بود. پس از اتمام تحصیلات قرارداد را امضا کردم. من در طرح دولتی کاریابی ثبت‌نام کرده بودم. یک روز به من تلفن کردند و گفتند که روزنامه ساندی ایندیپندنت به کارآموز خبرنگاری نیاز دارد. این‌طور شد که من به آنها نامه‌ای نوشتم و بعد هم برای مصاحبه رفتم. آنها برای یک دورهٔ آموزشی شش ماهه به صورت آزمایشی قبولم کردند و بعد از پایان این مدت دعوت به کار شدم. حدود ۱۸ ماه در گروه نشریات ویژه مشغول بودم. در آنجا روزنامه‌های تجاری چاپ می‌کردیم. چیزهای زیادی هم یاد گرفتم اما تجربه خبرنگاری کسب نکردم.

س: بعد از کار در نشریات تخصصی بازرگانی، گردآوری اخبار برای یک روزنامه چگونه تجربه‌ای بود؟

ج: من هر روز در کنار خبرنگاران روزنامه کار می‌کردم و به آنها می‌گفتم که علاقه دارم برایشان گزارش بنویسم و این کار را با نوشتن مطالبی در مورد دوستانم و فعالیت‌هایشان شروع کردم. بدین ترتیب بود که وارد تحریریه روزنامه شدم. البته دوران کاری من در آنجا فقط چند ماه بود و آن هم به صورت داوطلبانه.

س: آیا برای این کار حقوق دریافت نمی‌کردید؟

---

1. Sunday Independent

ج: خیر، من فقط در نشریات تخصصی حقوق می‌گرفتم. بعد از اینکه چند ماهی در روزنامه کار کردم یک روز به من تلفن کردند و گفتند که فردای آن روز در جلسه‌ای شرکت کنم. در آن جلسه اعلام شد که بخش نشریات تخصصی قرار است به فالموت منتقل شود. اما من تازه یک آپارتمان خریده بودم و در موقعیتی نبودم که بتوانم نقل مکان کنم. بنابراین شروع به نامه‌نگاری و تماس تلفنی با جاهای مختلف کردم. در همان زمان بود که با ایونینگ هرالد تماس گرفتم. از من دعوت کردند که برای یک گفت‌وگوی غیررسمی به آنجا بروم. به من پیشنهاد شد که یک نامه بنویسم و از سردبیر وقت ملاقات بگیرم. من هم این کار را کردم و موفق شدم این شغل را به‌دست بیاورم و الآن چهارماه است که در اینجا مشغول کارآموزی هستم.

س: آیا برنامه خاصی برای شرکت در دوره‌های عالی برای کسب مهارت‌های بیشتر دارید؟

ج: قرار است چند وقت دیگر مدیریت روزنامه مرا به یکی از این دوره‌ها بفرستد.

س: آیا از اولین روزی که کار خبرنگاری را شروع کردید خاطره‌ای دارید؟

ج: حقیقتش این است که من هیچوقت با گفت‌وگوهای تلفنی میانه خوبی نداشته‌ام. یادم می‌آید که دبیر گروه از من خواسته بود ساعت ۸:۳۰ صبح با یک نفر تماس بگیرم و سر این موضوع حسابی مرا مؤاخذه کرد. وقتی شماره فرد مورد نظر را گرفتم به من گفتند هنوز سرکار نیامده است. من هم گوشی را گذاشتم. اما رئیس‌ام گفت: «این دلیل قانع‌کننده‌ای نیست، شما باید حتماً با این شخص صحبت کنید. آیا نمی‌توانستید با خانه‌اش تماس بگیرید؟» و من با خودم فکر کردم: «ساعت ۸:۳۰ صبح است. آخر چطور می‌توانم به منزل او زنگ بزنم؟»

س: آیا در ابتدا برای آشنایی با فوت و فن کار مشکل خاصی داشتید؟

ج: راستش خیر. فقط باید از دیگران در انجام کارها کمک و راهنمایی می‌خواستم.

س: آیا همکاران به شما کمک می‌کردند؟

ج: بله. تا وقتی که شما علاقه‌مند باشید آنها با کمال میل کمک می‌کنند. البته لازم است که در خارج از محیط روزنامه هم تا آنجا که ممکن است با فناوری‌ها و روش‌های مختلف کار آشنا شوید زیرا قطعاً به دردتان می‌خورد.

س: لطفاً در مورد کارهای روزانه‌تان کمی توضیح دهید.

ج: اولین کار که هر روز صبح می‌کنم این است که به اخبار رادیو پلای موت گوش می‌کنم. همچنین اخبار تلویزیون را دنبال می‌کنم. بعد خبرهای تله‌تکست را می‌خوانم و در مسیر خانه تا کار هم در اتومبیل به تازه‌ترین خبرهای رادیو گوش می‌کنم. در محل کار هم به روزنامه وسترن مورنینگ نیوز[1] نگاهی می‌اندازم. بعد پشت میز می‌نشینم و عناوین خبری خبرگزاری‌ها را روی رایانه مرور می‌کنم تا ببینم مطلب جدیدی هست یا خیر. سپس نگاهی به فهرست کارهای روزانه که در دفتر روزنامه درج شده است می‌اندازم.

س: این دفتر دقیقاً به چه منظور استفاده می‌شود؟

ج: در این دفتر اسامی همه کارکنان و شرح کارهایی که امروز یا فردا باید انجام دهند ثبت شده است. این دفتر برای پیگیری کارها خیلی مهم است. وقتی به کسی می‌گویید که سه‌شنبه آینده به او تلفن خواهید کرد طبیعتاً باید آن را در جایی یادداشت کنید و این دفترچه جای مناسبی برای این‌گونه یادداشت‌هاست. پس

---

1. Western Morning News

درواقع دفتر مأموریت‌ها را بررسی می‌کنید، با دبیر گروه در مورد تحولات جاری صحبت می‌کنید و مسایل داخلی راکه طی روز یا شب گذشته اتفاق افتاده و ممکن است از بعضی لحاظ اهمیت محلی نیز داشته باشد دنبال می‌کنید.

س: آیا پیش می‌آید که هیچ کاری نداشته باشید؟

ج: حتی اگر هیچ اتفاق مهمی هم نیفتاده باشد همیشه کاری برای انجام دادن دارم. به اشخاص مختلف تلفن می‌کنم یا به هر موضوع جالبی که برخورد کنم آن را دنبال می‌کنم.

س: آیا شما دفترچه تلفن و مشخصات شخصی هم دارید؟

ج: بله، سه عدد از این دفاتر دارم.

س: شما در روزنامه مستقیماً زیرنظر چه کسی کار می‌کنید؟

ج: دبیر گروه‌های مختلف که چهار نفر هستند.

س: شیفت کاری روزنامه چگونه است؟

ج: شیفت‌های مختلفی هست. از ۶:۵۰ صبح تا ۳:۳۰ بعدازظهر یک شیفت است، از ۸ صبح تا ۴:۳۰ بعدازظهر یکی و از ۱۰ صبح تا ۶ بعدازظهر هم یک شیفت دیگر. در ضمن یک شیفت دیروقت هم داریم که از ۲ بعدازظهر تا ۱۰:۳۰ یا ۱۱ شب است. آخر هفته هم شیفت‌ها از ساعت ۶ و ۷ و ۸ و فکر کنم ۱۰ صبح شروع می‌شوند. شنبه‌ها فقط چند ساعت کار می‌کنیم و یکشنبه‌ها هم یک نفر از ۸ صبح می‌آید و نفر بعدی از ۲ بعدازظهر. کار آنها پاسخ دادن به تلفن‌هاست.

س: آیا مواقعی که سرکار نیستید می‌توانید کاملاً استراحت کنید؟

ج: راستش ارتباطم را با کار کاملاً قطع نمی‌کنم. به محض رسیدن به خانه، تلویزیون را روشن می‌کنم البته نه برای تماشای سریال‌ها بلکه برای گوش کردن به اخبار. بعد روزنامه را برمی‌دارم و در حال نوشیدن چای مطالعه می‌کنم. اگر هم

برای خوردن چیزی بیرون بروم، معمولاً دیگران راجع به اخبار روز از من سؤال می‌کنند و به دنبال آن بحث‌های جدی درمی‌گیرد. بنابراین هیچ وقت کاملاً از کارم جدا نمی‌شوم.

س: وقتی تایپ گزارش به پایان می‌رسد، آیا آن را روی کاغذ به میز خبر تحویل می‌دهید و یا در فایلی روی رایانه ذخیره می‌کنید؟

ج: وقتی تلفنی مصاحبه می‌کنم جزئیات آن را داخل دفترچه‌ام یادداشت می‌کنم. بعد خبر را تایپ می‌کنم و روی شبکه رایانه‌ای می‌فرستم.

س: شنیده‌ام که اخیراً از سفر دریایی ناموفق پیت‌گاس[1] و سانحه‌ای که باعث شد قسمتی از بدنه قایق بادبانی او تخریب شود گزارشی تهیه کردید؟

ج: یکی از دوستانم که در روزنامه میرور[2] کار می‌کند به من خبر داد که قایق پیت‌گاس در نزدیکی جزایر سیلی[3] در حال غرق شدن است. اول حرفش را باور نکردم. اما بعد به دبیر گروه تلفن کردم و ماجرا را برایش نقل کردم. او هم در ابتدا باور نمی‌کرد اما بالاخره قانعش کردم. گفت که پنج دقیقه دیگر دوباره زنگ بزنم و من هم این کار را کردم. وقتی تماس گرفتم از من خواست تا به فرودگاه پلای موت بروم، سوار هواپیما شوم و صبح جمعه برگردم. آن موقع، صبح چهارشنبه بود و من سه روز در جزیره کوچک و زیبای سن ماری[4] ماندم. قبلاً به آنجا نرفته بودم. حدود ۳۵ خبرنگار از کشورهای مختلف دنیا آمده بودند. حتی وقت نکردم مسواک یا لباس اضافه یا وسایل شخصی دیگر با خود ببرم. من قبلاً پیشاهنگ بودم و شعار ما این بود که همیشه باید آماده باشید. اما به نظر می‌آمد این عادت دیگر از یادم رفته بود.

---

1. Pete Goss 2. Mirror 3. Isles of Scilly 4. St. Mary

س: چگونه با روزنامه در تماس بودید؟

ج: با دبیر سرویس تلفنی تماس گرفتم و او را در جریان اوضاع قرار دادم. او در حدود ۳۵۰ کلمه خبر می‌خواست. او مرا به خبرنویس‌ها وصل کرد. من آنجا روی اسکله با یک قلم و کاغذ در دستم و درحالی که داشتم از سرما یخ می‌زدم ایستاده بودم. باید به دریا نگاه می‌کردم و غرق شدن این قایق بزرگ و احساس خودم را برای آنها شرح می‌دادم. در آنجا دیگر فقط جمع‌آوری اطلاعات مطرح نبود بلکه ماجرا درست جلوی چشم‌های من در حال اتفاق افتادن بود و من باید درست از محل سانحه اوضاع اسفباری را که این افراد گرفتارش بودند توصیف می‌کردم. یک قایق بزرگ ۴/۵ میلیون پوندی در حال غرق شدن بود.

س: آیا موفق شدید با خود کاپیتان پیت‌گاس هم صحبت کنید؟

ج: قاچاقی سوار قایق بی بی سی شدم. با هم رفتیم و چند مرتبه‌ای دور قایق گشت زدیم. واقعاً تجربه جالبی بود. چهارشنبه شب هم رفتیم بیرون که چیزی بخوریم. ساعت ۵:۳۰ صبح بیدار شدم. حال چندان خوبی نداشتم. به همین خاطر روی اسکله رفتم. در آنجا ایستاده بودم که پیت‌گاس آمد و توانستم قبل از ورود بقیه چند کلمه‌ای با او تنها صحبت کنم. کاپیتان آن روز در یک کنفرانس خبری غیررسمی هم شرکت کرد.

س: گزارش خود را از جزایر سیلی چگونه ارسال کردید؟

ج: به دبیر گروه زنگ زدم و او مرا به خبرنویس‌ها وصل کرد. از پشت خط گزارش را برایشان خواندم.

س: برای تایپ گزارش‌ها در تحریریه از چه رایانه‌ای استفاده می‌کنید؟

ج: رایانه مکینتاش داریم و یک نرم‌افزار **Word** هم روی آن نصب شده است.

س: آیا می‌توانید بدون نگاه کردن به صفحه کلید تایپ کنید؟

ج: نه، اما می‌توانم خیلی سریع تایپ کنم. در ضمن همیشه هم به صفحه کلید نگاه نمی‌کنم.

س: آیا تندنویسی هم می‌کنید؟

ج: دارم یاد می‌گیرم. دو سال پیش شروع کردم اما ادامه ندادم.

س: آیا برای تکمیل گزارش‌هایتان عکس هم می‌گیرید؟

ج: بعضی وقت‌ها که مصاحبه‌های کوتاه با مردم انجام می‌دهم این کار را می‌کنم. من آموزش عکاسی ندیده‌ام، اما گاهی که بیرون می‌روم ضمن گفت‌وگو با مردم از آنها عکس هم می‌گیرم. چاپ عکس افراد در کنار صحبت‌هایشان مطلب را جالب‌تر می‌کند.

س: آیا لازم است عکاسی بلد باشید؟

ج: بله به نوعی لازم است.

س: آیا فیلم و دوربین دراختیارتان می‌گذارند؟

ج: بله، یک دوربین جمع و جور جیبی به همراه فیلم مورد نیاز.

س: پیشرفت حرفه‌ای خود را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

ج: دلم می‌خواهد کارهای زیادی انجام دهم. گاهی اوقات فکر می‌کنم تعداد ساعت‌های روز برای کارهایی که در ذهن دارم کافی نیست. دوست دارم در رسانه‌های مختلف کار کنم و استعداد خودم را در رادیو و تلویزیون محک بزنم. در زمان حاضر از شغل خودم بی‌نهایت راضی هستم.

س: آیا از کار کردن در شهر خود خسته نمی‌شوید؟

ج: هنوز نه. چیزهای زیاد دیگری هست که باید در پلای موت یاد بگیرم. علاوه بر آن، من اینجا به دنیا آمده‌ام. هر زمانی که احساس کنم به اندازه کافی در این شهر تجربه کسب کرده‌ام آن وقت از این جا خواهم رفت. دلم می‌خواهد

روزی در یک رسانه ملی کار کنم.

س: چند ساعت در هفته کار می‌کنید؟

ج: حدود چهل ساعت. البته این فقط کار در روزنامه را شامل می‌شود. اما پس از ترک کار در جلسات و مراسم مختلف شرکت می‌کنم. پس درواقع باز هم مشغول کار هستم. مردم مرا مجذوب خود می‌کنند. هرکسی ویژگی‌های منحصر به فرد و نقش خاص خود را در زندگی دارد. من سعی می‌کنم زیاد بیرون بروم و از نزدیک با آدم‌های مختلف آشنا شوم.

س: مدت مرخصی استحقاقی‌تان چقدر است؟

ج: فکر می‌کنم پنج هفته باشد. سه سال پیش اگر به من می‌گفتند باید ۴۰ ساعت در هفته به ازای پنج هفته مرخصی سالانه کار کنی احتمالاً قلبم از کار می‌ایستاد. اما بتدریج از طریق دانشکده و تجربیات کاری به این نقطه رسیدم و حالا کار به جایی رسیده است که می‌گویم: «چه کسی مرخصی می‌خواهد؟! من می‌خواهم کار کنم!»

س: چه میزان از کار را از داخل تحریریه و پشت میزتان انجام می‌دهید؟

ج: چیزی حدود ۸۰ درصد.

س: آیا این وضع ناراحتتان نمی‌کند؟

ج: دیگر به این وضع عادت کرده‌ام و چندان ناراحت‌کننده هم نیست. در عوض افرادی که تلفنی با آنها مصاحبه می‌کنم ناراحت می‌شوند چون دوست دارند من بروم و از نزدیک با آنها صحبت کنم. اما من امنیت داخل روزنامه را دوست دارم.

س: آیا شما موظف به انجام کارهای دیگر از قبیل ویرایش متون هستید؟

ج: بله همین طور است. به تازگی یک سیستم رایانه‌ای جدید به نام TERA

خریده‌اند که به خبرنگاران این امکان را می‌دهد تا گزارش را به طور کامل با تیتر و سوتیتر و حتی نام نویسنده تنظیم کنند. همچنین خبرنگار می‌تواند متن را نیز ویرایش کند. سیستم فوق‌العاده‌ای است و بسیار خوب جواب می‌دهد، چون باعث می‌شود خبرنگار نقش بیشتری در تنظیم گزارش ایفا کند. به جای اینکه گزارش خود را تایپ کنید و روز بعد آن را روی صفحه ببینید، می‌توانید آن را با تیتر و سوتیتر و تمام جزئیات دیگر تنظیم کنید و وقتی روز بعد آن را روی صفحه می‌بینید با خود می‌گویید: «این صفحه کار من است. خودم طراحی‌اش کرده‌ام.» درواقع همه این روش جدید را دوست دارند.

س: آیا روزنامه شما از قوانین کمیسیون شکایات مطبوعات پیروی می‌کند؟

ج: بله. وقتی کارم را شروع کردم، روی میزم پر بود از یادداشت‌هایی در مورد اینکه چه کارهایی را باید و چه کارهایی را نباید انجام دهم. دبیر گروه توضیحات مبسوطی در این زمینه به من داد و بعد هم شخص سومی تمام روز را در این مورد برایم سخنرانی کرد.

س: آیا این قوانین برای شما محدودیت‌هایی هم ایجاد می‌کنند؟

ج: درواقع خیر. حداقل نه برای پوشش اخبار محلی.

س: آیا فکر می‌کنید که کار شخص شما می‌تواند بر محتوای سرمقاله روزنامه تأثیرگذار باشد؟

ج: شما به عنوان یک خبرنگار می‌توانید هر موضوعی را مطرح کنید. درواقع خبرنگار یک گزارش را به دبیر گروه مربوطه «می‌فروشد». پس باید از هر فرصتی که پیش می‌آید بیشترین بهره را ببرید. بهترین زاویه از یک جریان خبری را پیدا کنید و به دبیر گروه بگویید که می‌خواهید گزارش را با این نگرش خاص پیش ببرید. من در زمان حاضر روی موضوع‌های خیلی جدی کار نمی‌کنم. درواقع کار

من بیشتر به جنبه‌های معمولی‌تر زندگی مربوط می‌شود. من هنوز در حال یادگیری هستم.

س: آیا عضو انجمن صنفی هم هستید؟

ج: بله، من عضو اتحادیه ملی خبرنگاران هستم.

س: آیا مایل هستید مطلب دیگری اضافه کنید؟

ج: فقط این نکته که من کارم را مدیون علاقه بسیار زیاد خود هستم و برای رسیدن به این نقطه خیلی خطر کرده‌ام. در ضمن من همیشه لبخند می‌زنم و در مجموع روحیه خوبی دارم. هیچ وقت هم سردبیرم را تهدید به مرگ یا کارهایی از این قبیل نکرده‌ام.

۵

نگارش و تدوین خبر

هنگامی که تندنویسی را می‌آموزید، درست مانند زمانی که یاد می‌گیرید بدون نگاه کردن به صفحه کلید تایپ کنید، تعجب می‌کنید که پیش از آن چگونه کار می‌کردید. برای کسب مدارک معتبر خبرنگاری، کارآموز باید بتواند حداقل ۱۰۰ کلمه در دقیقه بنویسد. تندنویسی یک روش بسیار عالی برای یادداشت‌برداری است، بویژه در شرایطی که امکان استفاده از دستگاه ضبط‌صوت یا مینی دیسک وجود ندارد (مثلاً در جلسه‌های دادگاه یا شوراها) و یا در موقعیت‌هایی که برق یا باتری اضافه دردسترس نیست.

توجه داشته باشید که یادگیری مهارت تندنویسی به‌کمک معلم بسیار راحت‌تر از آموختن آن از روی کتاب و نوار است. همچنین از آنجا که برای یک مبتدی تقریباً غیرممکن است که بتواند در طول یک دوره رسمی آموزش روزنامه‌نگاری حداقل سرعت لازم یعنی ۱۰۰ کلمه در دقیقه را کسب کند، قبل از آغاز دوره، تمرین تندنویسی را شروع کنید.

همیشه با خود چندین مداد و خودکار داشته باشید. مدادهای HB برای تندنویسی بسیار مناسب هستند.

مهارت در تایپ

تسلط به تایپ نیز یک مزیت بزرگ است. با کسب این مهارت می‌توانید با سرعت زیاد بدون نگاه کردن به صفحه کلید تایپ کنید و این مهارت زمانی که می‌خواهید دست نوشته‌هایتان را وارد رایانه کنید کمک زیادی به شما می‌کند. برنامه‌های نرم‌افزاری بسیار خوبی برای آموزش تایپ طراحی شده‌اند که می‌توانید در وقت آزاد خود تمرین کنید و یا در دوره‌های ویژه بزرگسالان یا دانشکده‌ها شرکت کنید.

مهارت در نگارش

برای نگارش خبرهای مختلف از قبیل خبر سخت، خبر نرم، مقاله یا گزارش خبری و گزارش توصیفی سبک‌های مختلف وجود دارد. صرفنظر از سبک خاص خود همه‌گونه‌های خبری دارای عناصر اصلی مشترکی از جمله توصیف، سابقه و نقل‌قول هستند. خبر سخت درواقع حاوی اطلاعات جدیدی است که به نوعی به خواننده مربوط می‌شود. خبر سخت صرفاً در مورد موضوع‌هایی از قبیل جنگ، جنایت، سوانح و بلایای طبیعی و سیاست نیست، بلکه می‌تواند در مورد جشن‌های مجلل ازدواج و یا ماجراهای یک باشگاه ورزشی باشد.

اگرچه نوشتن خبر با نوشتن داستان بسیار متفاوت است، اما به همان میزان نیاز به مقدمه‌ای برای جلب توجه خواننده دارد. نویسنده باید بسته به طول مطلب اطلاعات اساسی و عناصر خبر شامل موارد زیر را در بندهای نخست بیان کند.

- چه کسی
- چه چیزی
- کجا
- چه زمانی

غالباً تمام این اطلاعات را می‌توان در بند اول گنجاند:

سردسته باند تبهکاران، فردی فامپل[1] [چه کسی]، دیشب [چه زمانی] در منزل خود در افنی‌گرین[2] [کجا] دستگیر شد [چه چیزی].

هنگام تحقیق در مورد یک ماجرا شما دقیقاً همین سؤال‌ها را می‌پرسید: چه شخص یا اشخاصی در این ماجرا دخالت دارند؟ چه اتفاقی افتاده است؟ چه وقت این اتفاق افتاده است؟ کجا این اتفاق افتاده است؟ پیروی از چنین نظمی در جمع‌آوری اطلاعات نوشتن خبر را بسیار آسان می‌کند. شما اصل کار را انجام داده‌اید و تنها لازم است خبر را به شکلی تدوین کنید که هم برای خواننده‌ای که با موضوع بیگانه است و هم کسی که در مورد آن سابقه ذهنی دارد قابل درک باشد.

البته لازم نیست لید خبر حاوی تمام اطلاعات اصلی باشد. به عنوان مثال چگونگی و چرایی ماجرا را می‌توان در اواسط خبر شرح داد:

افراد پلیس درپی دریافت یک گزارش و به دنبال تیراندازی دو روز پیش به بیلی باگنال[3]، دشمن دیرینه خانوادهٔ فامپل، او را در یک کلوپ شبانه دستگیر کردند.

آیا می‌توان این ماجرا را به شکل دیگری گزارش کرد؟

دیشب در منزل فامپل، رئیس باند تبهکاران حرفه‌ای، در افنی‌گرین یک نفر دستگیر شد.

---

1. Freddie Fumpel 2. Effney Green 3. Billy Bugnall

و یا:

فردی فامپل، سردسته مشهور باند تبهکاران، شب گذشته در منزل خود در افنی‌گرین دستگیر شد.

اگرچه این جملات حاوی اطلاعاتی یکسان در مورد زمان و مکان و شخص و واقعه مورد نظر هستند، اما نحوه بیان متفاوت آنها باعث می‌شود تا نتوانند مانند جمله اول توجه خواننده را جلب کنند.

ترتیب واژگان از اهمیت بالایی برخوردار است. خواننده به محض دیدن عبارت «سردسته باند» متوجه می‌شود که این گزارش جنایی است. و اولین عبارت جمله دوم یعنی «افراد پلیس» این ارتباط را تقویت می‌کند. این واژه‌ها در تعیین موضوع اصلی نقش کلیدی دارند و در انتخاب تیتر خبر به ویراستار کمک می‌کنند. برای پی بردن به موضوع خبر کافی است آن را بسرعت مرور کرد. ماجرا مربوط به دستگیری یک مجرم معمولی نیست بلکه پای افراد مهم در میان است.

روزنامه‌ها انباشته از اطلاعات هستند، اما خواننده وقت محدودی دارد و به جای خواندن تمام خبرها ترجیح می‌دهد مطالب و عکس‌ها را به صورتی گذرا مرور کند. شمار بسیار اندکی از افراد، ستون به ستون یک روزنامه را مطالعه می‌کنند. بنابراین نویسنده باید در انتخاب و چیدمان واژه‌ها بسیار دقت کند تا بتواند نظر خواننده را جلب کند.

و اما بقیه ماجرا چه می‌شود؟

مثال ۱: گفته می‌شود که فامپل (۵۲ ساله) از دوشنبه شب که باگنال(۴۶ ساله) را به بیمارستان منتقل کردند تا دو گلوله را از سینه‌اش خارج کنند خود را پنهان کرده بود. با گذشت دو روز از تیراندازی گفته می‌شود که باگنال از خطر مرگ نجات یافته است. این

دو تبهکار که برای کنترل چهار باشگاه قماربازی در افنی‌گرین رقابت می‌کردند درواقع زمانی همدست و شریک بودند. آنها در دهه ۱۹۷۰ مدتی را در زندان اوپن ویل[1] به اتهام سرقت مسلحانه، کلاهبرداری و شیادی در حبس بودند.

پس از دستگیری فامپل، سخنگوی پلیس اعلام کرد که پلیس براساس اطلاعات موثق عمل کرده است و اطمینان دارد که این شخص با تیراندازی در ارتباط بوده است.

توجه داشته باشید که اگر ویراستار بخواهد اطلاعات غیرضروری را حذف کند، بند آخر خبر را حذف می‌کند. این قسمت خبر معمولاً کم اهمیت‌ترین بخش آن تلقی می‌شود زیرا نویسندگان اطلاعات مهم و اساسی را در ابتدا و وسط متن می‌گذارند و درواقع بخش پایانی را طوری تنظیم می‌کنند که در صورت لزوم بتوان آن را حذف کرد.

گزارش زیر که در مورد یک جشن سالگرد ازدواج است ساختار مشابهی دارد:

مثال ۲: یک زوج سالخورده که در دوران جنگ جهانی دوم در رستورانی در آکسفورد شایر[2] با یکدیگر آشنا شدند، قرار است این هفته شصتمین سالگرد ازدواجشان را جشن بگیرند.

آلفرد و راشل مودلیپ[3] هردو در سال ۱۹۴۳ در حال خدمت به وطن بودند که در رستوران گاو قرمز در وستون این‌دوود[4] با یکدیگر برخورد کردند. این رستوران در آن زمان پاتوق نظامیان جوانی بود که

---

1. Openville 2. Oxfordshire 3. Alfred and Rachel Modelip

4. Weston - in - the - Wood

در آن نزدیکی خدمت می‌کردند. آلفرد راشل را زمانی دید که وارد شد تا یک لیوان آب سفارش بدهد. آلفرد که در آن زمان یک دانشجوی دریانوردی بود می‌گوید: «من هم داشتم آب می‌نوشیدم. برایم خیلی جالب بود که یک نفر دیگر با من هم سلیقه بود. فکر کردم به او سلام کنم. راشل در لباس نظامی‌اش به نظرم بسیار جذاب آمد.»

آن دو در سال ۱۹۴۶ ازدواج کردند و در موتلی[1] جایی که آلفرد به عنوان کارمند شورای شهر مشغول کار شد مستقر شدند. در سال ۱۹۶۱ به همراه سه فرزند خود به کاتسول[2] نقل مکان کردند.

یکشنبه آینده آلفرد و راشل سالگرد ازدواجشان را جشن می‌گیرند و در کلیسای سن‌آن[3] در کاتسول تجدید پیمان می‌کنند. بعد از این مراسم آنها به همراه اقوام و دوستان خود به رستوران گاو قرمز که در ۳۰ مایلی کلیسا واقع است می‌روند تا سالگرد ازدواج خود را با صرف غذا و نوشیدنی جشن بگیرند.

هردو گزارش از دیدگاه انسانی یعنی با برجسته شدن عنصر «چه کسی» تدوین شده‌اند. «سردسته باند تبهکاران» و «یک زوج سالخورده» عبارت‌هایی هستند که خبرها با آنها شروع شده است. از آنجا که این ماجراها به افراد خاص مربوط می‌شود منطقی‌تر است که خبر با آنها شروع شود.

پیش بردن گزارش

همان‌گونه که یک داستان‌نویس با استفاده از روش سنتی قصه‌گویی، داستان

---

1. Moatley 2. Cutswell 3. st.Anne

خویش را به جلو می‌برد، خبرنگار هم روایت واقعی خود را با بیان رویدادها به ترتیب تدوین می‌کند. در یک داستان تخیلی قهرمان با یک عنصر تغییردهنده روبه‌رو می‌شود، بعد یک مشکل یا اختلال بروز می‌کند، قهرمان در جست‌وجوی راه‌حل برمی‌آید، وضعیت به حالت عادی برمی‌گردد و داستان به پایان می‌رسد. برخلاف داستان‌نویس نویسنده خبر نمی‌تواند رویدادهای مورد نظر را خود خلق کند بلکه باید آنها را به شیوه‌ای ارائه کند که برای خواننده معنی و مفهوم داشته‌باشد.

فرض کنید که شما می‌خواهید در مورد یک آتش‌سوزی عمدی گزارشی تهیه کنید. نقل‌قول‌هایی نیز از رئیس پلیس و رئیس آتش‌نشانی دراختیار دارید. با اینکه گفته‌های هردو نفر مربوط به یک موضوع است، کدام یک را در ابتدای گزارش خود نقل می‌کنید؟

این اظهارات رئیس پلیس است:

مثال ۱: این سومین مورد مشکوک به آتش‌سوزی عمدی در چند ماه گذشته است. به نظر نمی‌رسد که همه آنها انگیزه مشخصی داشته باشند اما ما معتقدیم که باتوجه به ظرف بنزین و تکه پارچه‌هایی که در پشت ساختمان پیدا شده این حادثه به دو مورد قبلی مربوط است. ما درصدد هستیم با مالک وانت سبزرنگی که قبل از شروع آتش‌سوزی در محل دیده شده گفت‌وگو کنیم.

و سخنان رئیس آتش‌نشانی بدین شرح است:

مثال ۲: ما در زمان حاضر مشغول جست‌وجوی ساختمان هستیم تا شواهد دیگری پیداکنیم. اما باید بگویم که ما در پشت ساختمان یک ظرف سوخته بنزین و چند تکه پارچه پیداکرده‌ایم که نشان می‌دهد

حریق به‌طور عمدی ایجاد شده است و فردی با آغشتن پارچه‌ها به بنزین و آتش‌زدن آن قصد ایجاد آتش‌سوزی داشته است. البته این احتمال نیز وجود دارد که حریق در بیش از یک نقطه ایجاد شده باشد و به همین دلیل در حال بررسی کامل محل هستیم.

ابتدا تعداد موضوع‌هایی را که ارزش خبری دارد در هریک از نقل‌قول‌ها بشمارید.

اظهارات رئیس پلیس:

- براساس شواهد، حریق عمدی است.
- انگیزه‌ای وجود ندارد.
- با آتش‌سوزی‌های قبلی درارتباط است.
- پلیس در جست‌وجوی یک وانت است.

اظهارات رئیس آتش‌نشانی:

- ساختمان دردست جست‌وجوی کامل است.
- شواهدی دردست است.
- احتمال دارد آتش‌سوزی در چند نقطه ایجاد شده باشد.

به یاد داشته باشید که ایجاد حریق عمدی یک جرم کیفری است بدین معنا که یک افسر پلیس مأمور تحقیقات می‌شود. اگر آتش‌سوزی تصادفی و غیرعمدی باشد، آنگاه مأمور آتش‌نشانی مسؤول انجام تحقیقات و یافتن علل آن است.

حال می‌توانید شروع به نوشتن کنید:

درحالی که سومین ساختمان صنعتی در طول چند ماه گذشته در جریان یک آتش‌سوزی مهیب بکلی منهدم شده است پلیس احتمال خرابکاری را رد نکرده است. مأموران آتش‌نشانی درحال بررسی

بقایای ساختمان برای به‌دست آوردن شواهد بیشتر هستند، درحالی که مأمورین پلیس به دنبال راننده یک وانت سبز رنگ هستند که کمی پیش از وقوع حادثه در محل دیده شده است.

اگرچه یک ظرف بنزین و تکه پارچه‌های سوخته در پشت ساختمان پیدا شده است، رئیس آتش‌نشانی معتقد است احتمال دارد آتش در بیش از یک نقطه ایجاد شده باشد.

پلیس هنوز موفق به کشف انگیزه خرابکاران نشده است اما ظرف بنزین و پارچه‌هایی که در پشت ساختمان پیدا شده این فرضیه را تقویت می‌کند که این مورد با دو آتش‌سوزی قبلی درارتباط است.

در این مطلب شما از موارد مطرح شده در سخنان دو مصاحبه شونده استفاده کرده‌اید، اما باید مطالب را اولویت‌بندی کنید. شما دوبار به ظرف بنزین و پارچه‌های سوخته اشاره کرده‌اید که یکی از آنها باید حذف شود. استفاده از کلمهٔ «اگرچه» در شروع بند دوم از تأثیر آن می‌کاهد. پس این جمله را حذف کنید. بند دوم را با سخنان رئیس پلیس و بند سوم را با سخنان رئیس آتش‌نشانی شروع کنید. جزئیات و سوابق را نیز به خبر اضافه کنید. اطلاعاتی از قبیل زمان وقوع آتش‌سوزی، مالکان یا مستأجرهای ساختمان، کالاهایی که در آنجا ساخته و انبار می‌شود، خطرهای احتمالی این کالاها و برنامه‌های تولید کارخانه برای آینده. خبر را با جزئیات مربوط به این حریق و دو مورد قبلی ترکیب کنید.

بند اول: درحالی که یک مجتمع صنعتی دیگر و این بار در ولینگفورد پارک استیت[1] در جریان یک آتش‌سوزی بکلی منهدم شده است پلیس احتمال

---

1. Wellingford Park Estate

خرابکاری را رد نکرده است. این سومین آتش‌سوزی خطرناک در یک مکان صنعتی در ولینگفورد در چند ماه گذشته است. ساختمان که متعلق به لندفال استیتس[1] و در اجاره کارخانه پلاستیک‌سازی مک‌کیفرز است ساعت ۹ سه‌شنبه شب آتش گرفت و بکلی ویران شد. سخنگوی کارخانه از اینکه چرا مک‌کیفرز[2] هدف خرابکاران قرار گرفته سخت «متحیر» است.

بند دوم: درحالی که مأمورین آتش‌نشانی به منظور جمع‌آوری شواهد بیشتر در حال کندوکاو خرابه‌های ساختمان هستند پلیس قصد دارد تا با راننده وانت سبز رنگی که قبل از بروز آتش‌سوزی در نزدیکی محل دیده شده گفت‌وگو کند. رئیس پلیس رانالد ماتاری[3] به خبرنگار ما گفت: «به نظر نمی‌رسد که انگیزه مشخصی برای این آتش‌سوزی‌ها وجود داشته باشد. اما به نظر ما به دلیل پیدا شدن یک ظرف بنزین و تکه پارچه‌های سوخته در پشت ساختمان این مورد با دو حریق قبلی درارتباط است.»

بند سوم: رئیس آتش‌نشانی ولینگفورد، کیم لاپله، در حال هماهنگ ساختن عملیات جست‌وجو برای یافتن شواهد در مورد علل آتش‌سوزی است. وی احتمال می‌دهد که حریق در بیش از یک نقطه شروع شده باشد. خانم لاپله در گفت‌وگو با خبرنگار ما تأکید کرد که هیچ گاز سمی در اثر این آتش‌سوزی در فضا پخش نشده است.

بند چهارم: کارخانه پلاستیک‌سازی مک‌کیفرز تولیدکننده لوله‌ها و ناودان‌های پلاستیکی برای مصارف صنعتی است و از سال ۱۹۹۲ کار خود را در این مکان شروع کرده است. این کارخانه ۱۲۰ کارگر دارد که بیشترشان به صورت

---

1. Landfalle Estates 2. Mc keefers 3. Ranauld Mathari

تمام وقت در بخش تولید مشغول کار هستند. سخنگوی شرکت می‌گوید کارخانه مجهز به سیستم اعلام و اطفای حریق است که بتازگی توسط مأمور ایمنی آتش‌نشانی بازدید شده بود. ولی دوربین‌های مداربسته امنیتی در محل وجودنداشت.

بند پنجم: بروز آتش‌سوزی در دو کارخانه دیگر خارج از ولینگفورد در ماه‌های ژوئن و ژوئیه منجر به از دست رفتن مجموعاً ۵۰۰ شغل و پنج میلیون پوند خسارت به محصولات تولیدی شرکت‌های آرندلز[1] و تردارز[2] شد.

حال ببینیم آیا ساختار این گزارش قابل قبول است:

بند اول: این بند با عباراتی شروع می‌شود که نشان‌دهنده اهمیت مسأله است (به کلی منهدم شده است. پلیس احتمال خرابکاری را رد نکرده است.) اولین بخش اطلاعات در مورد مالک و مستأجر در این بند آمده است. درواقع بند اول باید چکیده‌ای از کل ماجرا باشد. اگرچه نقل‌قول‌ها را می‌توان به صورت کامل یا غیرکامل در بند اول خبر آورد، اما آخرین جمله این بند چندان مناسب به نظر نمی‌رسد. (سخنگوی کارخانه ...) بویژه اینکه در بند چهارم به مک‌کیفرز اشاره شده و بخشی از اظهارات سخنگوی کارخانه نیز نقل شده است. این جمله را بردارید و در بند چهارم جایی که به همین موضوع اشاره شده قرار دهید. بدین ترتیب جمله آخر بند اول (بکلی ویران شد) با عبارت «خرابه‌های ساختمان» در ابتدای بند دوم ارتباط بیشتری پیدا می‌کند. در جمله اشاره شده کلمه «متحیر» درواقع یک نقل‌قول غیرکامل است و به یک سخنگوی ناشناس نسبت داده شده است تا مفهوم ضرروزیان ناشی از آتش‌سوزی به خواننده منتقل شود. تاحد امکان

---

1. Arendales 2. Treddar's

از به‌کار بردن نقل‌قول‌های غیرکامل خودداری کنید زیرا باعث سردرگمی خواننده می‌شود.

بند دوم: جریان اطلاعات باید در بند دوم ادامه پیدا کند و با ارائه اطلاعات بیشتر از قبیل ادامه عملیات جست‌وجو توسط مأموران آتش‌نشانی، لید خبر شرح و بسط داده شود. نقل‌قول مستقیم از رئیس پلیس موضوع را بیشتر باز می‌کند. نقل‌قول به صورت کامل بیان شده (که ویراستار ممکن است آن را کوتاه کند) اما توضیح بیشتری در مورد شواهدی که از آتش‌سوزی‌های قبلی به‌دست آمده داده نشده است. در نتیجه خواننده خود چنین فرض می‌کند که تکه پارچه و ظرف بنزین سوخته در آن موارد دیگر نیز پیدا شده است. بدین معنا که عامل ایجاد حریق عمداً از خود نشانه‌هایی باقی گذاشته است. هرگز پیش فرض را به عهده خواننده نگذارید و همواره روشن و شفاف بنویسید. اگر عامل آتش‌سوزی از خود اثری برجای گذاشته باشد، شروع خوبی برای پیگیری ماجراست. حتماً دقت کنید عنوان شخصی که از او نقل‌قول می‌کنید ـ در این جا رئیس پلیس ـ به صراحت ذکر شود. اظهارنظر شخص رئیس پلیس در این مورد نشان می‌دهد که مقامات به‌طور جدی مسأله آتش‌سوزی را دنبال می‌کنند. از آنجا که تکرار عنوان اشخاص دشوار است می‌توان در دفعات بعدی از نام آنها استفاده کرد.

بند سوم: شروع جمله با عبارت رئیس آتش‌نشانی ولینگفورد نشان‌دهنده حوزه‌ای است که شخص در آن کار می‌کند و این نکته برای یک روزنامه محلی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. خوانندگان می‌خواهند مطمئن شوند که سازمان‌های خدمات اضطراری شهری می‌توانند بر مشکلاتی نظیر این غلبه کنند. و اگر نتوانند آن گاه موضوع خوبی برای تهیه یک گزارش دیگر به‌دست می‌آید. مانند بند دوم تأکید بر روی اظهارات رئیس آتش‌نشانی است. بنابراین مطلب با

استفاده از زمان حال گزارش می‌شود: «آتش خاموش شده است و افراد تحت نظارت وی در حال بازرسی خرابه‌های ساختمان هستند.» تا چاپ گزارش‌های بعدی ماجرا در همین حالت ادامه می‌یابد. بنابراین پیشرفت‌های احتمالی در عملیات جست‌وجو نباید در بندهای بعدی خبر بیان شود.

بند چهارم: در این قسمت به سوابق ماجرا و ضررهایی که نیروی انسانی متحمل شده است پرداخته می‌شود. به نحوه گزارش در مورد خط تولید کارخانه توجه کنید که با استفاده از زمان حال بیان شده است. در حقیقت کارخانه منهدم شده دیگر قادر نیست ناودان و لوله‌های پلاستیکی تولید کند. پس استفاده از زمان حال اشاره به این مطلب دارد که کارخانه تا زمان وقوع حادثه در حال تولید این محصولات بوده است. حتی تعداد دقیق افرادی که در اثر این حادثه شغل خود را از دست می‌دهند بیان نشده است و فقط به ۱۲۰ نفر نیروی کار کارخانه اشاره می‌شود. در زمان چاپ این گزارش بدرستی معلوم نیست که آیا این ۱۲۰ نفر کار خود را از دست خواهند داد یا خیر. ممکن است شرکت این افراد را مجدداً در محل دیگری استخدام کند. سخنگوی شرکت نیز اطلاعات بسیار اندکی دراختیار روزنامه قرار می‌دهد و حتی مایل نیست نامش ذکر شود. بنابراین در مورد سرنوشت نیروی کار اطلاعات دقیقی دردست نیست. البته این نکته باید حتماً ذکر شود که در زمان بروز آتش‌سوزی آیا کسی درکارخانه حضور داشته است یا خیر.

هنگام نوشتن خبر نکات زیر را در نظر بگیرید:

ـ خبر را با نقل‌قول مستقیم شروع نکنید: «می‌خواهم استعفا بدهم،» رئیس شورا چنین اظهار داشت. نویسنده‌ها بندرت مطلب خود را به این شکل شروع می‌کنند زیرا این سبک نگارش اصلاً تأثیرگذار نیست بویژه اگر شخص مورد نظر

سرشناس نباشد.

ـ از شروع کردن جمله با ارقام خودداری کنید مگر آنکه هدف تأکید روی نکته‌ای خاص باشد: دویست و پنجاه کارگر احتمالاً شغل خود را از دست می‌دهند.

ـ از آوردن اعداد در ابتدای جمله خودداری کنید: ۲۵۰ کارگر احتمالاً بیکار می‌شوند.

ـ خبر را با سؤال شروع نکنید: آیا پنج سال دیگر شما باز هم به بانک خود مراجعه خواهید کرد؟

بهتر است بنویسید: تا چند سال دیگر بانکداری الکترونیک موجودیت بانک‌های فعلی را به خطر می‌اندازد.

ـ بیان نکته اصلی را به تأخیر نیندازید.

ـ از شروع کردن مطلب به شیوه انحرافی و غیرمستقیم بپرهیزید. این شیوه نگارش بیشتر مناسب مقاله‌های بلند است: فردا صبح هنگامی که مردم به بانک مراجعه می‌کنند ...

۶

روزنامه نگار آزاد

این ادعا که برای یک روزنامه‌نگار آزاد، داشتن تجربه کار در روزنامه ضروری است اصلاً واقعیت ندارد. برخی از موفق‌ترین روزنامه‌نگاران آزاد دنیا هرگز آموزش روزنامه‌نگاری ندیده‌اند. داشتن مهارت در تندنویسی، عکاسی و یا مدرک حقوق نیز به هیچ وجه الزامی نیست. یک نویسنده آزاد برای انجام کار خود به چیزی بیش از یک واژه‌پرداز و یک تلفن نیاز ندارد.

در طول دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ روزنامه‌ها و مجله‌ها تعداد کارکنان دائمی خود را به میزان قابل ملاحظه‌ای کاهش دادند. جالب آنکه کاهش نیرو در زمانی صورت گرفت که بر تعداد ضمیمه‌های هفتگی که همراه با نشریات منتشر می‌شود افزوده می‌شد. همچنین تعداد مجله‌های جدید به میزان بی‌سابقه‌ای افزایش یافته‌بود.

تحریریه روزنامه‌ها و مجله‌ها نیز از این کاهش کارکنان بی‌نصیب نماندند. اما این کمبود نیرو از طریق سیل خبرهایی که نویسندگان آزاد همه روزه به صورت

داوطلبانه به روزنامه‌ها و مجله‌ها می‌فرستادند جبران می‌شد. البته شاید زیاد هم جای تعجب نباشد، زیرا این تحول همزمان با افزایش تعداد افرادی شد که برای خود رایانه‌های شخصی و واژه‌پرداز خریداری می‌کردند. گسترش استفاده از وسایل کمک نوشتاری با کاربری آسان و افزایش تقاضا برای نشریات در آن زمان را می‌توان به منطقه طلاخیزی تشبیه کرد که روزنامه‌نگاران در جست‌وجوی فرصت‌های طلایی به سوی آن می‌شتافتند. بسیاری از آنها افراد گمنامی بودند که هرگز در تحریریه روزنامه کار نکرده بودند اما اطمینان داشتند که می‌توانند مطالبی تهیه کنند که نظر روزنامه‌ها را جلب کند. البته منتقدان معتقدند که در آن دوره اخبار سخت بتدریج جای خود را به اخبار نرم و مطالب کم اهمیت‌تر داده بود. با تغییر مالکیت و اتخاذ سیاست‌های جدید، مطالب روزنامه‌ها و مجلات کم‌کم از موضوعاتی چون جنگ و گرسنگی به سوی مطالبی ساده در مورد شیوه زندگی روزمره پیش می‌رفت. به عنوان مثال مقالاتی در مورد باغ‌های اعیان و اشراف و یا تبدیل انبار زیرشیروانی به اتاق مطالعه نوشته می‌شد! این‌ها نمونه‌های بارز از مطالبی است که از دهه ۱۹۸۰ به بعد به‌طور مرتب در نشریات به چاپ رسیده است و بیشتر توسط خبرنگاران آزاد نوشته می‌شود. نقد تئاتر و سینما و رستوران و یا حتی سفرنامه نیز خوراک خوبی برای خبرنگاران آزاد است. درحالی که نویسنده روزنامه بیشتر وقت خویش را در دفتر تحریریه بسر می‌برد، خبرنگار آزاد می‌تواند به هر کجا که مایل است سرکشی و موضوعات مورد علاقه‌اش را دنبال کند. داستان‌های مربوط به حوادث و وقایع در بیشتر روزنامه‌های محلی و سراسری طرفداران زیادی دارد. با این حال مخاطبین جهانی را نیز نباید از نظر دور داشت.

از کجا باید شروع کرد؟

روزنامه‌ها و مجلات محلی احتمالاً بهترین مکان برای شروع کار خبرنگاری آزاد هستند. بدین ترتیب شخص می‌تواند هم تجربه کافی کسب کند و هم بر اعتماد به نفس حرفه‌ای خود بیفزاید. یکی از ضرورت‌های کار در هر نشریه بررسی دقیق مخاطبان است. مثلاً یک مقاله در مورد چوب‌بری‌های کانادایی هر چقدر هم که خوب نوشته شده باشد ضرورتاً برای مجله‌ای که مخاطبان اصلی آن اعضای انجمن‌های زنان هستند مناسب نیست. البته استثناء هم وجود دارد. اما اشتباهی که اغلب نویسندگان تازه‌کار مرتکب می‌شوند این است که برای ارائه مطالب خود نشریه مناسبی را انتخاب نمی‌کنند. این اشتباه محدود به موضوع مطلب نمی‌شود، بلکه سبک نگارش نیز در قبول مطلب از جانب نشریه نقش مهمی ایفا می‌کند. مجلات نیز مانند روزنامه‌ها یک شیوه خاص نگارش دارند. نویسنده موظف است این سبک را بشناسد و از آن پیروی کند و این کار را برعهده ویراستار نگذارد. هنگام تحقیق و بررسی در مورد یک نشریه حتماً به سبک نگارش آن هم توجه کنید تا دریابید آیا زبان مورد استفاده در نشریه یک زبان احساسی با جملات بلند توصیفی است و یا شیوه نگارش آن جدید، دقیق و صریح است.

همچنین در نظر داشته باشید که موضوعات این نشریه از چه نقطه نظری بررسی می‌شوند و چه عواملی در پذیرفتن یک مطلب از جانب نشریه مورد نظر مؤثر است. به عنوان مثال ممکن است در مورد یک گروه موسیقی در شهر خود که بتازگی برای خود اسم و رسمی کسب کرده است اطلاعاتی داشته باشید. تهیه یک گزارش از این گروه تنها درصورتی جذاب خواهد بود که از منظری جدید و خاص بررسی شود. در غیر این صورت موضوع را فراموش کنید. تنها پرداختن به این

موضوع که یک گروه موسیقی پله‌های ترقی را به سوی آینده‌ای درخشان می‌پیماید نمی‌تواند از آن یک سوژه خوب خبری بسازد.

سفرنامه

رفتن به سفرهای دوردست با هزینهٔ روزنامه و تنها به منظور نوشتن سفرنامه امروز دیگر رویایی بیش نیست. درواقع برای نوشتن سفرنامه لازم نیست خیلی از محل زندگی خود دور شوید. جهانگردان جدید تشنه دیدن مکان‌های بکر و تازه‌اند. بنابراین می‌توانید از این فرصت استفاده کنید و به تبلیغ گوشه‌ای ناشناخته از دنیا بپردازید که گنج‌های ارزشمندی را در خود نهان دارد.

اگر در مورد دیسنی‌لند[1] پاریس بنویسید به احتمال زیاد سردبیر با خواندن مطلب شما خمیازه‌ای می‌کشد و آن را به سوی بقیه مقالات بی‌محتوا و بدرد نخور پرتاب می‌کند. درست است که دیسنی‌لند فوق‌العاده جذاب است و مردم خیلی آن را دوست دارند، اما در مورد این موضوع آنقدر نوشته شده که جذابیت خود را از دست داده است. در عوض می‌توانید در مورد یک آبادی ساکت و آرام که در چندکیلومتری جنوب دیسنی‌لند قرار دارد بنویسید که زیبایی، آرامش و پیشینه‌ای تاریخی و غنی دارد. حالا می‌توانید بگویید که یک موضوع ارزشمند پیدا کرده‌اید.

بسته به اینکه مجله مورد نظر هفته‌نامه، ماهنامه یا فصلنامه باشد بین یک هفته تا چند ماه قبل از چاپ مطلب، زمان دراختیار دارید. در مجموع بهتر است شما برنامه کاری خود را چند ماه جلوتر تنظیم کنید و این دقیقاً همان کاری است که گروه تحریریه یک مجله انجام می‌دهد. اگر قصد دارید در مورد خرید و

---

1. Disneyland

گشت‌وگذار در تعطیلات عید مقاله‌ای بنویسید باید از ۱۲ ماه جلوتر شروع به جمع‌آوری اطلاعات کنید. شما قادر نخواهید بود که همه اطلاعات مورد نیاز را درست چند روز قبل از عید گردآوری کنید و مقاله خود را بنویسید و انتظار داشته باشید که قبل از عید همان سال چاپ شود. زیرا برای تهیه شماره ویژه این ایام، از ماه‌ها قبل برنامه‌ریزی شده است. درواقع برای هر موضوع فصلی باید کار را از یک سال قبل شروع کنید.

محتوای ماهنامه‌ها و فصلنامه‌ها متناسب با فصل‌هاست و تقریباً غیرممکن است موضوعی در آنها یافت که به نوعی به فصل خاصی مربوط نباشد. اگر می‌خواهید مقاله‌تان درباره یک دوره مسابقات ورزشی تأثیرگذار باشد باید در همان فصلی که مسابقات برگزار می‌شود به چاپ برسد، اما می‌توانید پیش از آن، گزارشی در مورد یکی از ورزشکاران و تمرین‌هایی که برای آمادگی انجام می‌دهد تدوین کنید.

بهترین شیوه برقراری ارتباط با سردبیر مجله این است که در نامه‌ای، خلاصه مقاله خود را برای او شرح دهید.

مثال: سرکار خانم اسمیت[1] آیا موضوعی که به‌طور خلاصه در زیر مطرح شده است برای مجله «اسب‌ها و راه‌ها» قابل استفاده است؟ موضوع از این قرار است که یک سرمایه گذار آمریکایی به نام «تامی برایدل[2]» بتازگی یک محل سوارکاری به سبک گاوچران‌های سنتی آمریکایی در «همپشایر[3]» تأسیس کرده است که تازه کاران می‌توانند در آنجا سوارکاری با اسب‌های آمریکایی را بیاموزند و در کارهایی از

---

1. Smith 2. Tommy Bridle 3. Hampshire

قبیل جمع‌آوری و هدایت گله و تعقیب حیوانات در جنگل شرکت کنند. به همین منظور تامی تعداد ۲۵ رأس اسب از خانه خود در «کلرادو[1]» به همپشایر آورده است که به سبک وسترن مجهز شده‌اند. این اولین طرح در نوع خود در انگلستان است و در صورت موفقیت آن تامی تصمیم دارد دومین محل سوارکاری را نیز افتتاح کند. تامی در پاسخ به تقاضای روزافزون برای سوارکاری به سبک وسترن در انگلستان تصمیم گرفت این مرکز را راه‌اندازی کند. تامی در دهه ۱۹۸۰ در آمریکا و کانادا به عنوان سوارکار اسب‌های سرکش شهرتی به‌دست آورد و بعد از آن نیز به عنوان بدل کار حرفه‌ای در هالیوود[2] مشغول کار شد. هنگام کار در فیلمی که در انگلستان ساخته می‌شد او علاقه شدیدی به همپشایر پیداکرد و تصمیم گرفت مزرعه‌ای بخرد و آن را به محل سوارکاری تبدیل کند. تامی قصد دارد علاوه بر آموزش سوارکاری به تازه کاران در نمایش‌ها و مسابقات سراسر کشور شرکت کند. من در مقاله خود اطلاعات کلی در مورد نکات فنی پرورش اسب و شیوه تربیت و نگهداری آن، ماجراهای مرتبط با آن، هزینه آموزش سوارکاری و نحوه رفتن به این محل را خواهم نوشت.

من نویسنده‌ای مستقل هستم و تا به حال مقاله‌های مختلفی برای نشریات گوناگون نوشته‌ام. درصورتی که تمایل داشته باشید می‌توانم اسلایدهای ۳۵ میلی‌متری با کیفیت بالا را نیز همراه گزارش ارسال کنم.

ارادتمند «جان دو[3]»

---

1. Colorado 2. Hollywood 3. John Doh

نامه را خطاب به سردبیر یا معاون او و با ذکر نام بنویسید و از نوشتن عباراتی چون «جناب آقا» یا «سرکار خانم سردبیر» بدون درج نام خودداری کنید. قبل از نوشتن نامه می‌توانید به دفتر مجله تلفن کنید و نام شخص مورد نظر را بپرسید.

به اسم‌هایی که در قسمت راهنمای مجله نوشته شده اطمینان نکنید زیرا ممکن است در این فاصله سردبیر عوض شده باشد. همیشه یک پاکت اضافی به همراه نشانی و تمبر ضمیمه نامه خود کنید. از فرستادن نسخه دست‌نویس خودداری کنید مگر اینکه صریحاً چنین خواسته شود. اگر تا یک ماه پاسخی دریافت نکردید موضوع را تلفنی دنبال کنید. اتخاذ تصمیم‌های مناسب نیاز به زمان کافی دارد.

گزارش نویسی برای روزنامه

گزارشی راکه در بالا به آن اشاره شد می‌توانید هم به روزنامه‌های محلی و هم به نشریات سراسری بفروشید. سوارکاری ورزش محبوبی است و مطمئناً خوانندگان بسیاری در سطح کشور علاقه‌مند به خواندن این مطلب هستند. داستان «تامی» ممکن است برای خوانندگان خارجی هم جالب توجه باشد، زیرا او پیش از این در مسابقات گاوبازی شرکت کرده و حتی در فیلم‌هایی که خیلی‌ها دیده‌اند ایفای نقش کرده است.

باید ابتدا مخاطبان و سبک نگارش روزنامه را بررسی کنید. بنابراین فرستادن این گزارش به روزنامه‌ای که سابقه چاپ مطالبی از این دست را نداشته کاری بیهوده است. همچنین فرستادن آن، برای دبیر صفحه زنان یک روزنامه هم بی‌فایده است، زیرا احتمالاً چنین گزارشی برای بخش مقالات ویژه مناسب است. پس ابتدا ببینید که مطالب شبیه به این گزارش در کدام بخش از روزنامه چاپ

می‌شوند. نکته مهمتر اینکه قبل از فروش همزمان گزارش خود به چند روزنامه حتماً آنها را در جریان اینکه کدامیک از حق الویت برخوردار است قرار دهید. پس از فروختن گزارش به یک روزنامه حتماً سایر نشریات را در جریان این امر قرار دهید.

تماس با روزنامه

سردبیر روزنامه تقریباً هر روز مقالات زیادی از نویسنده‌هایی که در جست‌وجوی فرصتی برای نشان دادن استعداد خود هستند دریافت می‌کند. بسیاری از این مقالات که بعضی از آنها خوب هم نوشته شده‌اند راه به جایی نمی‌برند. گاهی اوقات موضوع و محتوا برای نشریه مورد نظر مناسب نیست. علاوه بر آن سردبیر وقت مطالعه تمام مقالات را ندارد. بنابراین چنین وظیفه‌ای به منشی روزنامه واگذار می‌شود و او نیز در حد مقدور مقالات را مرور می‌کند. گاهی ممکن است یک مقاله در این میان جالب توجه به نظر برسد، اما این شیوه مناسبی برای فروش یک گزارش نیست.

برای فروش یک مقاله به یک روزنامه به دبیر گروه مورد نظر تلفن کنید و موضوع را با وی در میان بگذارید. البته بهتر است زمان مناسبی را برای تماس گرفتن انتخاب کنید تا او فرصت پاسخ‌گویی داشته باشد. برای این کار به انتخاب زمان مناسب، اعتماد به‌نفس و اطلاعات کلی در مورد نحوه عملکرد روزنامه‌ها نیاز دارید. معمولاً هر روز صبح دبیران گروه‌های مختلف برای بررسی مطالب شماره بعدی تشکیل جلسه می‌دهند. بیشتر اوقات جلسه تا قبل از ظهر به پایان می‌رسد بنابراین هنوز این امکان وجود دارد که خبر کافی برای پر کردن صفحه نداشته باشند. پس اگر بعد از جلسه و قبل از ناهار تماس بگیرید شانس بیشتری برای

پذیرفته شدن مطلب‌تان دارید. نکته مهم دیگر این است که باید بدانید دبیر صفحه‌ای که قرار است مطلب شما در آن چاپ شود کیست. پس با تلفنخانه یا منشی روزنامه تماس بگیرید و نام او را سؤال کنید. قبل از تماس، خلاصه‌ی بسیار کوتاهی از گزارش خود را یادداشت کنید تا هنگام صحبت کردن از آن استفاده‌کنید.

هنگام گفت‌وگو با دبیر گروه بویژه اگر آشنایی قبلی با شما ندارد، موضوع مورد نظرتان را مختصر و مفید برای او شرح دهید. برای این منظور می‌توانید از متن خلاصه‌ای که تهیه کرده‌اید استفاده کنید. دبیران گروه مقالات روزنامه‌ها معمولاً معروف به این هستند که پاسخ تلفن‌ها را با شک و تردید بسیار می‌دهند گویی کسی نیت سوءقصد به آنها را دارد. آنها معمولاً به افراد ناشناسی که تلفن می‌کنند با بدگمانی پاسخ می‌دهند.

از این شیوه برخورد آنها دلسرد نشوید. اگر زمانی تماس گرفته باشید که وقت آنان آزادتر است باعث می‌شود درک کنند تا شما در کارتان غیرحرفه‌ای نیستید. نحوه تماس شما نشان می‌دهد که می‌دانید باید چگونه با کار خود و با آنان برخوردکنید.

قبل از هر چیز مطمئن شوید شخصی که تلفنی با او مکالمه می‌کنید همان کسی است که قصد صحبت با او را داشتید. سپس خود را معرفی کنید. مسلماً دلتان نمی‌خواهد پس از توضیح موضوع گزارش، تازه متوجه شوید که آن سوی خط تلفن کسی است که خودش بتازگی برای کارآموزی به روزنامه آمده است.

مکالمه شما با تلفنچی می‌تواند شبیه به گفت‌وگوی زیر باشد:

ـ روزنامه «الف» بفرمایید؟

ـ صبح بخیر. می‌خواستم بپرسم دبیر گروه مقالات ویژه چه کسی است؟

ـ خانم «ب».

ـ می‌توانم با ایشان صحبت کنم؟

حتی اگر از قبل اسم دبیر گروه را در راهنمای روزنامه پیدا کرده‌اید مجدداً برای حصول اطمینان سؤال کنید. کارکنان روزنامه عوض می‌شوند و خطاب کردن شخص با نام اشتباه به وجههٔ شما آسیب می‌رساند. یک روزنامه‌نگار خوب باید همیشه نسبت به درستی اطلاعات اطمینان حاصل کند.

ـ بله بفرمایید؟

ـ شما خانم «ب» هستید؟

ـ بله.

ـ سلام. اسم من «پ» است و یک نویسنده آزاد هستم. سوژه‌ای دارم که ممکن است برای شما جالب باشد. مایلید بشنوید؟

این لحظه دشواری است، زیرا چنین سؤالی این امکان را به طرف مقابل می‌دهد که پیشنهاد شما را رد کند، اما ادب ایجاب می‌کند که حتماً این مطلب را بپرسید. اگر دبیر گروه پاسخ تلفن شما را داده معنایش آن نیست که حتماً می‌توانید گزارش خود را برای او ارسال کنید. اگر در پاسخ شما گفت که وقت ندارد از او تشکر و خداحافظی کنید. در غیر این صورت می‌توانید موضوع خود را مطرح‌کنید.

ـ خواهش می‌کنم بفرمایید.

ـ شخصی به نام «مایکی مایکل دورف[1]» که طراح قایق و معلول جسمی است بتازگی یک قایق پارویی جالب ساخته که با یک دست هدایت می‌شود. او قرار

---

1. Mikey Michaeldorf

است با این قایق تمام طول رودخانه «تیمز[1]» را پارو بزنند. تاکنون هیچ کس چنین کاری نکرده است و این اقدام او احتمالاً منجر به ثبت رکورد جدیدی می‌شود. فکر کردم این موضوع مناسبی برای روزنامه شما باشد. نظرتان چیست؟

این توضیح مختصر شامل نام شخص، شغل وی و ویژگی خاص موضوع خبری شامل این نکته است که فرد مورد بحث، معلول است و با معلولیت جسمانی خود می‌جنگد و این به تلاش او جنبه قهرمانانه‌ای می‌دهد. بیان این موضوع همچنین نشان می‌دهد که سوژه‌ای بکر و تازه است (هیچ کس تا به حال اقدام به چنین کاری نکرده است)، این اقدام ممکن است در کتاب رکوردها ثبت شود (اما برای اولین بار در این روزنامه چاپ می‌شود) و سرانجام اینکه با پرسش خود، درواقع این امکان را به دبیر گروه می‌دهید که در صورت تمایل نداشتن، پیشنهاد شما را نپذیرد. این شیوه‌ی برخورد حاکی از آن است که شما به کار خود اعتماد کافی دارید اما خودخواه نیستید. به هر صورت، هرقدر هم که موضوع پیشنهادی شما جالب توجه باشد، ممکن است این روزنامه به دلیل موجهی آن را رد کند.

ـ... راستش نمی‌دانم ...

ـ می‌توانم آن را برایتان فکس کنم؟ اگر مورد پسندتان بود که چه بهتر، در غیر این صورت ...

ـ بسیار خوب لطفاً آن را فکس کنید اما نمی‌توانم قولی به شما بدهم، و لطفاً بیشتر از ۵۰۰ کلمه نباشد.

ـ متشکرم، حداکثر تا ساعت ۲ آن را فکس می‌کنم.

---

1. Thames

اگرچه این مکالمه به معنای دریافت سفارش کار نیست، اما حداقل یک قدم به پیش است. دبیرگروه پذیرفته که گزارش یک شخص کاملاً ناشناس را بررسی کند. حتی اگر این مطلب استفاده نشود شما توانسته‌اید خود را معرفی کنید و توانایی خود را برای نوشتن اخبار و گزارش‌های جالب نشان دهید.

اگر مطلب چاپ نشود، احتمالاً هیچ وقت دلیل آن را نخواهید دانست. اما دبیر می‌تواند برای نپذیرفتن یک مقاله در زمانی خاص، دلایل قابل قبولی داشته باشد. همچنین به یاد داشته باشید برای روزنامه‌ها، گزارش رویدادهایی که در آینده‌ای دور روی خواهد داد مناسب نیست، زیرا یک روزنامه و ضمیمه هفتگی آن نیاز به مطالبی دارد که بتوان بسرعت از آن استفاده کرد.

فراموش نکنید که مطلب شما هنوز پذیرفته نشده است پس از پشت تلفن در مورد نحوه پرداخت دستمزد چانه نزنید. وظیفه شما این است که گزارش را به موقع تحویل دهید و آن را طوری تنظیم کنید که برای چاپ در صفحه، به کمترین ویرایش نیاز داشته باشد.

چنانچه کارتان مورد پسند دبیر واقع شد آن گاه در مورد تعداد کلمات مورد نیاز و زمان تحویل گزارش سؤال کنید. همیشه سعی کنید خبر را به موقع به روزنامه برسانید و در تدوین آن منظم و دقیق باشید. توجه به این نکات ظریف، نظر دبیر گروه را نسبت به کار شما جلب می‌کند. در نتیجه بار دیگر که قصد عرضه گزارشی را دارید کارتان سهل‌تر می‌شود.

ساختار گزارش

یک گزارش خوب از همان بند نخست توجه خواننده را جلب می‌کند. مقدمه گزارش یا لید خبر اگر طولانی باشد باعث می‌شود تا خواننده از خواندن صرفنظر

کند. اگر قصد دارید در مورد کوهنوردی مطلبی بنویسید از همان ابتدا توجه خواننده را با جمله‌ای مانند این جلب کنید: «هیچ کوهی به این بزرگی پیدا نمی‌شود».

اگر به نظر می‌رسد که اواسط گزارش کمی دچار ابهام است قبل از اینکه مطلب را وارد رایانه کنید تمام نکاتی را که در هر بند می‌خواهید بیان کنید و جای دقیق هر بند را تعیین کنید. اگر در جایی متوجه شدید که مطلب، بیانگر منظورتان نیست از خود بپرسید کجای آن ایراد دارد، سپس آن قسمت را حذف یا مطلبی به آن اضافه کنید.

بند اول: عکس العمل من هنگامی که برای اولین بار کوه را دیدم.

بند دوم: پیش‌بینی من درحالی که به کوه نزدیکتر می‌شوم.

بند سوم: هرچه بالاتر می‌رویم میزان اکسیژن هوا رقیق‌تر می‌شود و در پاها و کمرم احساس درد می‌کنم.

بند چهارم: در این جا حالت روحانی خوبی دارم و نسبت به خدا و طبیعت احساس نزدیکی می‌کنم.

بند پنجم: صعود به قله. از این جا می‌توانم تمام دنیا را ببینم. من در دامان پروردگار هستم.

دبیرگروه معمولاً وقتی مطلب جدیدی به دستش می‌رسد ابتدا نگاهی به اواسط آن می‌اندازد تا محتوای مطلب را بررسی کند. وی برحسب تجربه و بینش خود می‌داند که اگر نویسنده کار خود را به درستی انجام داده باشد قسمت میانی گزارش یا مقاله باید پرمایه و جالب توجه باشد و از هدف و منظور اصلی دور نماند. نویسنده‌های کم تجربه ممکن است بتوانند گزارش خود را آنچنان گیرا شروع کنند

که خواننده را مجذوب کند، اما حفظ این جاذبه بویژه اگر گزارش مفصل و طولانی باشد، دشوار است. بنابراین اگر بخش میانی مطلب نتواند نظر دبیر را جلب کند، او بی‌درنگ آن را به دور می‌اندازد.

محتوای گزارش

هنگامی که شروع به نوشتن می‌کنید متوجه جنبه‌های جدیدی از ماجرا می‌شوید که احتمالاً از نظرتان دور مانده بود. درواقع شما نیز مانند خواننده دید عینی‌تر و واقعی‌تری نسبت به موضوع پیدا می‌کنید. به عنوان یک نویسنده باید این اعتماد و جسارت را داشته باشید که اجازه بدهید گزارش و خبر شکل مورد نظر را پیدا کند.

زبان گزارش

هنگام نوشتن یک گزارش هرگز قدرت نویسندگی خود را به رخ خواننده نکشید. سعی کنید بر این تمایل خود چیره شوید و در پی انتقال پیام گزارش باشید. نگذارید وسوسه استفاده از واژه‌های دشوار و عبارات سنگین بر شما غلبه کند. این واژه‌ها کاربرد بسیار کمی دارند. استفاده از زبان پیچیده خواننده را عصبانی می‌کند و به‌طور قطع خواننده نمی‌پسندد که شما توان نویسندگی خود را به رخ او بکشید. اگر مطلب را با کلماتی شروع کنید که فهم آن دشوار باشد احتمالاً بسیاری از خواننده‌ها بسرعت صفحه را ورق زده به دنبال خبر و گزارش دیگری می‌گردند و یا روزنامه را با نفرت به‌گوشه‌ای پرتاب می‌کنند. یک پیشنهاد دیگر این است که پس از نوشتن، مطلب را برای خود با صدای بلند بخوانید تا متوجه نحوه بیان عبارات و معانی آنها بشوید.

پایان گزارش

نوشتن پایان یک گزارش درست مانند ابتدای آن می‌تواند بهترین بخش کار باشد. مطالبی که در مورد رویدادهای واقعی نوشته می‌شوند نیاز چندانی به پایانی همانند داستان‌ها ندارند. اگر بعد از یک سفر کوهنوردی در مورد آن مطلبی می‌نویسید لزومی ندارد که گزارش شما حتماً پایان مشخصی داشته باشد و می‌توانید در خاتمهٔ گزارش از تصمیم خود برای سفر مجدد به این کوه بنویسید. مسلم است که کوه همیشه در جای خود خواهد بود و کوهنوردان همواره اندیشه صعود به قله را در ذهن خود می‌پرورانند.

قسمت پایانی مطلب باید خواننده را وادارد تا در مورد موضوع، بیشتر بیندیشد. بنابراین پایان گزارش نباید سخن آخر در مورد موضوع خاصی باشد چرا که در عالم واقعیت چیزی به عنوان سخن آخر وجود ندارد. اگر قرار است که گزارش به نوعی پایان یابد، خواننده نیز به اندازه نویسنده در شکل دادن به این پایان سهیم است.

سبک گزارش

آنچه باعث روی آوردن نویسنده‌ها به روزنامه‌نگاری آزاد می‌شود این است که می‌توانند به زبان خودشان بنویسند و نقطه‌نظر شخصی خویش را در مورد یک مطلب بیان کنند. این نکته، فوق‌العاده عالی به نظر می‌رسد، اما ویراستار ممکن است مطلبی را که شما با دقت فراوان در مورد کوهنوردی نوشته‌اید طوری کوتاه کند و بخش‌های مختلف آن را به شکل دیگری تنظیم نماید که حتی قادر به شناختن گزارش خود نباشید. سعی کنید هنگام نوشتن برای روزنامه محدودیت فضای آن را هم در نظر داشته باشید. تصور کنید هنگام آماده کردن صفحات

روزنامه گزارش شما را، هرچقدر هم که برایتان مهم و حیاتی باشد، آنقدر کوتاه می‌کنند که در یک فضای کوچک بین دو آگهی در پایین صفحه جا بگیرد. از همین رو نوشته شما باید تاحد امکان کوتاه باشد. هیچ لزومی ندارد که مقالات و مطالب مطبوعاتی طولانی باشد. بعضی از بهترین و پرمایه‌ترین مقالات بیش از چندصد کلمه نیستند.

یافتن موضوع

برای نوشتن گزارش لازم نیست که در زمینه خاصی تخصص داشته باشید. یک نویسنده خوب باید انعطاف‌پذیر باشد. درواقع، نوشتن در مورد موضوعاتی که اطلاع کمی از آنها دارید، کار خوبی است. زیرا برخورد شما با موضوع کنجکاوانه و عینی‌تر خواهد بود و دیدگاه‌های قبلی خود را وارد گزارش نمی‌کنید.

اگر قصد داشته باشید که در مورد هر موضوعی در هر زمان و به هر نحوی که مایلید بنویسید، روش‌های زیادی برای یافتن سوژه‌های جالب وجود دارد. درست مانند روزنامه‌نگاری که در تحریریه کار می‌کند باید با افراد مختلف ارتباط داشته باشید تا شما را در جریان رویدادهای مختلف قرار دهند. اگر قرار باشد که زندگی خود را تنها از طریق روزنامه‌نگاری آزاد تأمین کنید حتماً باید با اشخاص بسیاری آشنا باشید.

سوژه‌های تکراری

برخی نویسندگان با تجربه در مورد موضوعاتی که قبلاً مطالبی راجع به آن‌ها چاپ شده دوباره می‌نویسند. برای این منظور لازم است مجلات متعدد را مطالعه کنید تا شاید موضوعی که برای گروه جدیدی از خوانندگان مناسب باشد بیابید. در

اغلب اوقات مجلات گمنام‌تر مقالات جالب‌تری دارند. مجله‌های تخصصی منابع بسیار خوبی به‌شمار می‌آیند و حتی خبرنامه‌های محلی نیز ممکن است گزارش‌های جالب توجهی داشته باشند.

به هیچ وجه اجازه ندارید از مطالب و گزارش‌های یک نشریه دیگر استفاده کنید چرا که این کار سرقت ادبی محسوب می‌شود و نه تنها شما بلکه نشریه‌ای را که مطلب را به چاپ می‌رساند دچار دردسر می‌کند. با این وجود هیچ مانعی برای استفاده از موضوعات تکراری وجود ندارد. حق مالکیت معنوی شامل سوژه‌ها نمی‌شود. البته باید شخصاً تحقیق کنید تا مطمئن شوید موضوع مورد نظر که در آن مقاله به چاپ رسیده هنوز هم قابلیت مطرح شدن دارد. هنگامی که از این امر مطمئن شدید می‌توانید موضوع را از زاویه دید شخصی خود بررسی و گزارشی در مورد آن تهیه کنید. این احتمال نیز وجود دارد که شخص دیگری پس از مطالعه گزارش شما مجدداً روی همان موضوع کار کند.

منابع دیگر برای پیدا کردن موضوع عبارتند از کتاب، روزنامه‌های محلی، رادیو و تلویزیون و سایت‌های اینترنتی. رسانه‌های مختلف همواره گزارش‌ها و اخبار یکدیگر را زیر نظر دارند و درواقع اخبار به همین شیوه در سطح وسیعی انتشار می‌یابد.

سبک نگارش نویسنده‌های خوبی که مقاله‌های بلند می‌نویسند امروزه کاملاً فراگیر شده است، اما این سبک درواقع از روزنامه‌نگاری نوین دهه ۱۹۶۰ نشأت گرفته است. روزنامه‌نگارانی چون تام ولف[1] و ترومان کاپوت[2] تنها دو نفر از افرادی بودند که به شکل گرفتن این سبک کمک کردند. این سبک نگارش با وام

---

1. Tom Wolfe 2. Truman Capote

گرفتن شیوه‌های داستان نویسی، انقلابی در نگارش مقاله و گزارش ایجاد کرد و همین امر باعث رونق روزنامه‌نگاری نوین از نیم قرن پیش شده است. در این شیوه نویسنده به توصیف اشخاص، مکان‌ها و رویدادهای واقعی با رنگ و بوی خاصی که معمولاً ویژه آثار داستانی کلاسیک است می‌پردازد.

۷

گفت‌وگو با یک روزنامه‌نگار آزاد

کار نویسندگان آزاد همیشه پرجاذبه و هیجان‌انگیز نیست. بیشتر سردبیران گزارش‌های پرمحتوایی را انتخاب می‌کنند که با سبک نشریه آنها همخوانی داشته و باب طبع و سلیقه خوانندگان باشد. بیشتر مطالبی که توسط نویسندگان آزاد برای مجله‌ها و روزنامه‌های محلی و سراسری نوشته می‌شود درباره موضوع‌های پیش‌پا افتاده و معمولی است.

کیت موسلی[1] یک روزنامه‌نگار آزاد است. او دوره آموزشی اقتصاد خانواده را گذرانده است و با یک مؤسسه ارائه‌کننده خدمات مشاوره‌ای تغذیه در زمینه عکاسی و تهیه دستور پخت غذا همکاری کرده است. او همچنین تجربهٔ خبرنویسی و کار در روابط عمومی را دارد. موسلی با مجلات مختلف از جمله **Home and Freezer Digest** به عنوان دبیر گروه آشپزی و نشریات

---

1. Kate Moseley

Anchor News ، Woman's Weekly ، Now، You Magazine ، BBC Good Food Magazine و چند مجله دیگر مربوط به زنان کار کرده است. او همچنین در بخش روابط عمومی رادیو کار می‌کند و در زمینه نوشتن و تولید نوارهای مختلف و نیز بروشورهای اطلاعاتی و تجاری فعالیت می‌کند.

س: آیا شما از ابتدا قصد داشتید روزنامه‌نگار شوید یا اینکه برحسب اتفاق وارد این مسیر شدید؟

ج: هیچ وقت فکر نمی‌کردم که روزی به این شکل روزنامه‌نگار شوم. البته موقعی که در دانشکده بودم هدفم این بود که دبیر گروه آشپزی یک مجله سراسری بشوم اما آن هم به خاطر کار در بخش دستور پخت و عکاسی غذا بود و نه برای نویسندگی. بنابراین می‌توان گفت که به نوعی اتفاقی در این مسیر افتادم.

س: آیا برای روزنامه‌نگار شدن آموزش خاصی هم دیده‌اید؟

ج: آموزش به معنای خاص خیر. وقتی در ابتدا وارد Anchor News شدم در یک دوره آموزشی دو روزه در مورد سبک نگارش اطلاعیه‌های مطبوعاتی و روزنامه‌های درون سازمانی شرکت کردم. حتی روزنامه خودم را برای شرکت در یک مسابقه معرفی کردم. پس از اتمام دوره گواهینامه هم دریافت کردم. اما این موضوع مربوط به گذشته خیلی دور می‌شود و من حتی نام شرکتی را که دوره آموزشی را برگزار کرد به یاد ندارم. همچنین حدوداً ده سال پیش در یک دوره دو روزه در رادیو ویلت شایر[1] در بریستول[2] شرکت کردم. ماشین نویسی را هم در یک کلاس شبانه آموختم اما کار با رایانه را هنوز یاد نگرفته‌ام و باید در این زمینه نیز مهارت کسب کنم.

---

1. Wiltshire 2. Bristol

س: اگر شما سردبیر یک نشریه بودید و می‌خواستید یک روزنامه‌نگار استخدام کنید، چه ویژگی‌های شخصی، تحصیلی و حرفه‌ای را مد نظر قرار می‌دادید؟

ج: به‌طور کلی یک حس اشتیاق و علاقه به زندگی و کار برایم مهم است. شخص مورد نظر باید بداند از کجا اطلاعات را جمع‌آوری کند و نیز توانایی برنامه‌ریزی و تدوین گزارش‌های مفصل را داشته باشد. البته باید به اندازه کافی اعتماد به نفس هم داشته باشد و بداند چگونه از دیگران کمک بگیرد و اطلاعات کسب کند. هنگام صحبت کردن با تلفن لحن مؤدبانه و دوستانه‌ای داشته باشد و کار کردن با رایانه را هم بلد باشد. بتواند اطلاعات مورد نیاز را از منابع مختلف استخراج کند و به شیوه‌ای منطقی و در عین حال گیرا بنویسد. ضرورتاً لازم نیست فارغ التحصیل رشته خاصی باشد و یا تجربه کاری داشته باشد بلکه کافی است که به این کار علاقه‌مند باشد.

س: آیا به نظر شما رادیو و روزنامه از نظر روش‌های خبرنگاری مشابه هستند یا متضاد؟

ج: سبک نگارش در این دو زمینه متفاوت است. هنگام نوشتن متن‌های رادیویی باید ویژگی‌های شخصیتی و مهارتی مصاحبه کننده و مصاحبه شونده را در نظر داشته باشید. سؤال‌ها باید به صورت کامل نوشته شوند و جواب‌ها تنها به صورت یادداشت‌های کوتاه باشند تا مصاحبه شونده به دلخواه در مورد آن توضیح بدهد. باید در نظر داشت که فرصت کوتاه است و بنابراین بسرعت به اصل مطلب پرداخته می‌شود. گفت‌وگو خیلی راحت انجام می‌گیرد و به هرحال از نوشتن ساده‌تر و بی‌تکلف‌تر است.

س: آیا از نوشتن درباره غذا خسته نمی‌شوید؟

ج: بستگی دارد که برای چه کسی می‌نویسید. وقتی مطلبی می‌نویسید که خودتان از آن واقعاً راضی هستید و به همان شکل هم چاپ می‌شود احساس خیلی خوبی دارید. اما گاهی اوقات ویراستار یا کسانی که مقامشان در مجله بالاتر است در مطلب شما دست می‌برند به گونه‌ای که کاملاً تغییر می‌کند یا سبک آن عوض می‌شود. گاهی این عمل نه یک بار بلکه چندین مرتبه اتفاق می‌افتد و دست آخر هم وقتی گزارش را برای بررسی نهایی به شما می‌دهند آنقدر متفاوت شده که به سختی می‌توانید تشخیص دهید کار خودتان است. بعضی وقت‌ها نکات خوبی به گزارش اضافه می‌شود اما در مواقع دیگر از اینکه «ویژگی‌های حرفه‌ای خاص شما» را از داخل متن بیرون کشیده‌اند خیلی ناراحت می‌شوید. در مورد نشریات درون سازمانی آزادی عمل بیشتری دارم. مثلاً می‌توانم نقل‌قول‌های بیشتری در آن بگنجانم و مطالب جالب و طنزآمیز بنویسیم.

س: برای کسانی که علاقه‌مندند روزنامه‌نگار آزاد شوند چه پیشنهادی دارید؟

ج: پیشنهاد می‌کنم که اطلاعات دفترچه تلفن کاری خود را که حاوی نام و مشخصات منابع خبری است مرتب به روز کنید تا بتوانید در صورت نیاز برای کسب اخبار و اطلاعات سریعاً با آنان تماس بگیرید. همچنین باید به خصوصیات نشریه‌ای که برای آن مطلب می‌نویسید توجه کنید و شیوه زندگی و ویژگی‌های خوانندگان را مدنظر داشته باشید. قبل از شروع به نوشتن در مورد کل گزارش فکر کنید. تحقیقاتی را که در این زمینه انجام داده‌اید مجدداً بررسی کنید. به جای زیاده‌گویی، مقالات خود را کوتاه و از شرح و توضیح اضافی در مورد یک مطلب خودداری کنید. اجازه بدهید دانسته‌های شما و ذوق و سلیقه‌تان به نوشته جلوه دهد و آن را به صورت نثری ساده و روان، لذت‌بخش و الهام‌بخش درآورد.

س: فکر می‌کنید از زمانی که شروع به کار کردید تا امروز روزنامه‌نگاری

دستخوش چه تحولاتی شده است؟

ج: در آن موقع من یک ماشین تحریر قدیمی داشتم و تعداد کلماتی که تایپ می‌کردم باید درست به اندازه پهنای یک ستون روزنامه می‌شد. ما باید عملاً خبر را تکه‌تکه می‌بریدیم و روی کاغذ می‌چسباندیم و برای این کار مقدار زیادی چسب مصرف می‌کردیم. خیلی وقت‌ها هم بخش‌هایی از خبر را گم می‌کردیم. تبدیل خبر به نمونه چاپ حدود دو تا سه روز طول می‌کشید و تحویل نمونه‌ها بـه کـارگران چاپخانه هم چند روز دیگر به طول می‌انجامید. بعد از این مرحله اعمال هرگونه تغییر در متن خبر مستلزم صرف هزینه زیادی بود. ما معمولاً شش ماه جلوتر کار می‌کردیم و مجله‌مان در فنلاند به چاپ می‌رسید.

س: به نظر شما تحولات صورت گرفته مثبت است؟

ج: این وضعیت خیلی عالی است که امروز می‌توانیم خبر را با استفاده از رایانه تدوین کنیم و مطالب مختلف را بـه هـمراه عکس از طـریق پست الکـترونیکی بفرستیم و حتی طراحی صفحه را هم با رایانه انجام دهیم. البته من هنوز زیاد از اینترنت استفاده نمی‌کنم اما مطمئنم که اینترنت سرعت کار را خیلی بالا می‌برد. تنها مشکل این است که دیگران مـی‌توانـند راحت‌تـر از گـذشته در خـبر شـما دستکاری کنند.

س: آیا توصیه دیگری به خبرنگاران تازه‌کار دارید؟

ج: تا آنجا که می‌توانید نشریات دیگر را که با موضوع کارتان در ارتباط است مطالعه کنید یا حداقل ورق بزنید. بریده‌های مطالبی را که از خوانـدن آنـها لذت برده‌اید و یا نمونه‌های ضعیف‌تر را نزد خود نگه داریـد. تـیترهای جـذاب و یـا ایده‌های خوب برای تهیه گزارش را که ناگهان به ذهن‌تان خطور می‌کند حتماً در جایی یادداشت کنید.

۸

نویسنده در نقش عکاس

این موضوع که گزارشگران ثابت روزنامه و نویسندگان آزاد بتوانند علاوه‌بر تهیه گزارش، عکس‌های خوبی نیز بگیرند بسیار اهمیت دارد. یک نویسنده آزاد باید این توانایی را داشته باشد تا همراه گزارش‌هایی که به روزنامه‌ها و مجلات می‌فروشد عکس‌های خوبی نیز ارائه کند. این توانایی یکی از ضروریات کار نویسنده مطبوعاتی است و منافع مادی بیشتری را برای او تضمین می‌کند. ناگفته نماند که این کار مستلزم صرف هزینه اضافی برای تهیه لوازم و فیلم عکاسی و صرف زمان بیشتر برای تهیه گزارش است. با این وجود محاسن آن از معایبش بیشتر است و بسیاری از خبرنگاران و گزارشگران علاقه دارند عکس‌هایی همراه گزارش چاپ شود که خودشان تهیه کرده‌اند.

اما کسی که تا به حال فقط عکس‌های شخصی و خانوادگی گرفته است چگونه می‌تواند عکس‌های با کیفیتی بگیرد که توجه دبیر عکاسی نشریه و از آن مهم‌تر نظر خواننده را جلب کند؟

دوربین

این تصور که بهترین عکس‌ها را باید با بهترین دوربین و لوازم عکاسی گرفت و اینکه صرف هزینه زیاد برای خرید تجهیزات گرانقیمت کیفیت عکس را تضمین می‌کند اشتباهی بیش نیست.

مثال: اولین عکسی که یک عکاس خبری به نام دان مک‌کالین[1] در سال ۱۹۵۸ از یک سوژه خبری گرفت باعث شد تا روزنامه «آبزرور[2]» با او قرارداد همکاری امضا کند. نکته جالب اینکه عکس مورد نظر با یک دوربین آماتوری گرفته شده بود. این تصویر که گروهی از اراذل و اوباش جوان را که با حالتی متکبرانه جلوی یک ساختمان مخروبه در لندن ایستاده بودند نشان می‌داد، درکنار گزارشی از یک افسر پلیس که با ضربات چاقو در آن منطقه به قتل رسیده بود چاپ شد. ترکیب این عکس یا درواقع نحوه قرارگرفتن سوژه در داخل کادر و نیز نور آن بسیار مناسب بود. رعایت این نکته در عکاسی سیاه و سفید بسیار دشوار است زیرا ممکن است در اثر نوردهی کم یا زیاد، عکس بیش از حد روشن یا تیره شود. مک‌کالین در نهایت تواضع گفته است که تنظیم نور عکس کاملاً اتفاقی بود. البته نقش شانس را در بیشتر عکاسی‌های خوب نمی‌توان نادیده گرفت. این عکس زندگی مک‌کالین را عوض کرد و باعث شد تا او یکی از برجسته‌ترین عکاسان خبری بریتانیا شود.

نوع دوربینی که معمولاً عکاسان خبری از آن استفاده می‌کنند SLR نامیده

---

1. Don Mc Cullin 2. Observer

می‌شود که مخفف **Single Lens Reflect** و به معنای «انعکاس تک عدسی» است. البته این عبارت تاحدودی گمراه‌کننده است. زیرا این نوع دوربین تک عدسی نیست و می‌توان عدسی‌های مختلفی روی آن نصب کرد. درست به دلیل همین ویژگی است که این دوربین برای خبرنگاران بسیار مفید است. از دوربین‌های گرانقیمت برای گرفتن عکس از چهره یا مناظر استفاده می‌شود.

دوربین‌های SLR با مارک‌های مختلف را می‌توان از بازار دست دوم تهیه کرد. هرگز از روی قدمت یا کارخانه سازنده یک دوربین قضاوت نکنید. اگر دوربین از نظر کارکرد مکانیکی سالم باشد قاعدتاً مشکلی نخواهید داشت. به یاد داشته باشید که برخی دوربین‌ها، بویژه اگر متعلق به عکاسان آماتور بوده باشند، با دقت و علاقه فراوان نگهداری شده‌اند و احتمالاً استفاده اندکی از آنها شده است. اما از دوربین‌هایی که در دست عکاسان حرفه‌ای بوده کار زیادی کشیده شده است و این را می‌توان از خراشیدگی‌ها و ساییدگی‌های روی بدنه آن فهمید. نکته آخر اینکه عدسی دوربین را با دقت بررسی کنید. برای اینکه دقت و وضوح تصویر آن را ببینید به پوست دست خود از داخل آن نگاه کنید. با این روش می‌توانید هرگونه آسیب به عدسی را که در اثر خراشیدگی یا ایجاد کریستال‌های کوچک به‌وجود آمده باشد به‌آسانی ببینید. هنگامی که به مأموریت خبری می‌روید حداقل دو یا حتی سه دوربین (دو دوربین SLR و یک دوربین کوچک اتوماتیک) با خود داشته باشید و هر دو دوربین SLR باید قابلیت نصب عدسی را داشته باشند.

عدسی

برای اغلب مأموریت‌های خبری داشتن سه نوع عدسی کفایت می‌کند: عدسی

«استاندارد[1]» برای گرفتن عکس با ابعاد و پرسپکتیو طبیعی، عدسی «واید انگل[2]» برای زاویه دید باز و وسیع و عدسی «تله‌فتو[3]» برای گرفتن نماهای دور. اگر قصد دارید خبرنگاری ماجراجو باشید بهتر است یک عدسی با قابلیت بالا و یک عدسی چشم‌ماهی[4] (با زاویه دید وسیع) تهیه کنید تا بتوانید با آنها تصویرهای بدیعی خلق کنید. البته توصیه می‌شود که ابتدا تجهیزات اصلی مورد نیاز را تهیه کنید. دوربین‌های کامپکت[5] با قابلیت تنظیم خودکار هم وجود دارد.

تجهیزات جانبی

برای نورپردازی به اشیاء و اجسام در فاصله معینی از دوربین به فلاش نیاز دارید. البته نور فلاش به اشیایی که در خارج از این فاصله معین قرار دارند تأثیری ندارد، زیرا برد نور فلاش‌ها درحد معینی تعریف شده است. هنگامی که «شاتر»[6] دوربین باز می‌شود فلاش دوربین SLR به‌طور خودکار عمل می‌کند. اکثر فلاش‌ها استاندارد جهانی دارند و می‌توان از آن‌ها با همه دوربین‌های SLR استفاده کرد.

اغلب عکاس‌ها برای جلوگیری از لرزش دوربین آن را روی سطح ثابتی قرار می‌دهند، این کار بخصوص زمانی صورت می‌گیرد که سرعت شاتر پایین است. عکاسان خبری معمولاً پایه‌های تلسکوپی همراه دارند که زیر دوربین پیچ می‌شود و ارتفاع آن قابل تنظیم است. برخلاف سه‌پایه‌های عکاسی، پایه‌های تکی فضای اندکی را اشغال می‌کنند و عکاس هنگامی که به پایه نیاز ندارد می‌تواند آن را در جیب خود جای دهد. عکاسان معمولاً برای گرفتن عکس‌های خبری از نورسنج

---

1. Standard 2. Wide Angle 3. Telephoto 4. Fish-eye
5. Compact Cameras 6. Shutter

استفاده نمی‌کنند، زیرا قبل از آنکه عکاس فرصت پیدا کند درجه روی نورسنج را بخواند، سوژه عکاسی از بین رفته است. دوربین‌های SLR یک سیستم اندازه‌گیری خودکار روی عدسی دارند که به شکل یک سوزن از داخل چشمی دیده می‌شود. با چرخاندن دریچه تنظیم نور باید این سوزن را طوری تنظیم کنید که بین نشانه مثبت (+) و منفی (-) قرار بگیرد. در بعضی دوربین‌های قدیمی‌تر نشان دادن علامت نورسنج به باتری نیاز دارد. بنابراین اگر چنین علامتی را داخل چشمی مشاهده نمی‌کنید باید باتری دوربین را عوض کنید.

فیلم

انتخاب نوع فیلم بسیار مهم است زیرا بر کیفیت عکس تأثیر می‌گذارد. یک ویرایشگر باتجربه‌ی عکس با نگاه اول می‌تواند بگوید که آیا از یک فیلم حرفه‌ای استفاده کرده‌اید یا خیر. تمام فیلم‌هایی که می‌خرید ۳۵ میلی‌متری هستند. این درواقع اندازه فیلمی است که مناسب دوربین شماست و فیلم‌سازان نیز از همین نوع فیلم برای ساختن فیلم‌های سینمایی استفاده می‌کنند. ویژگی عکس‌هایی که مجلات و روزنامه‌ها لازم دارند معمولاً متفاوت است. مجله‌ها ترجیح می‌دهند که عکس‌ها به صورت اسلایدهای رنگی ۳۵ میلی‌متری در اختیارشان قرار بگیرد درحالی که روزنامه‌ها فیلم‌های رنگی ۳۵ میلی‌متری را ترجیح می‌دهند زیرا ظاهر کردن آن سریع‌تر است. بنابراین قبل از انجام مأموریت، حتماً با دبیر نشریه در مورد نوع فیلم هماهنگی کنید. فراموش نکنید از دبیر بپرسید که مسؤولیت ظاهر کردن عکس‌ها با نشریه است یا باید خودتان آن را انجام دهید. اگر شخصاً اقدام به ظاهر کردن فیلم نمی‌کنید، حتماً فیلمی بخرید که قابلیت ظهور در لابراتورهای عکاسی را داشته باشد.

بـــهترین روش ایـن است کـه فـیلم‌ها را بـه تـعداد و بـا قـیمت پـایین‌تر از عمده‌فروشی‌ها تـهیه کـرده در یـخچال نگـهداری کـنید. ایـن کـم هـزینه‌ترین و راحت‌ترین شیوه است.

ایزو

کلمه ایزو یا ISO[1] درواقع مخفف سازمان بـین‌المـللی اسـتاندارد است کـه جایگزین انجمن استاندارد آمریکا (ASA[2]) شده است. هردو این سـازمان‌ها از واحدهای اندازه‌گیری یکسانی برای سرعت فیلم استفاده می‌کنند. درواقـع عـدد مخصوص ایزو، سرعت لایه حساس فیلم و یا حساسیت آن نسـبت بـه نـور را مشخص می‌کند. یک فیلم **ISO 400** به اندازه دو برابر یک فیلم **ISO 200** و چهار برابر **ISO 100** سرعت دارد. برای عکسبرداری در نور زیاد فیلم‌های با سرعت‌کم مناسب‌اند، درحالی که فیلم‌های بـاسرعت بـالا بـرای روزهـای ابـری و تـیره و محیط‌های داخلی مناسبترند.

فیلم‌های باسرعت بالا و کیفیت خوب را مـی‌توان تـقریباً در هـر شـرایـطی استفاده‌کرد. برخی عکاسان خبری از فیلم‌های با سرعت ۸۰۰، ۱۶۰۰ و یا حتی ۳۲۰۰ استفاده می‌کنند. اما قاعده کلی این است که از فیلم‌های با سرعت کـمتر استفاده شود زیرا بهترین کیفیت عکس را تضمین می‌کنند. فراموش نکـنید کـه هنگام گذاشتن فیلم در داخل دوربین سرعت دوربین را با سرعت فـیلم تـنظیم کنید. در غیر این صورت میزان نوردهی، برای سرعت مورد نظر مناسب نخواهد بود و پس از ظاهر شدن عکس‌ها در لابراتور متوجه می‌شوید که میزان نـوردهی بیش از حدکم یا زیاد بوده است.

---

1. International Standards Organization
2. American Standards Association

طریقه عکسبرداری

این تصور که عکاسان خوب حتماً باید فارغ التحصیل دانشگاه در رشته هنر باشند و چند سالی را به عنوان کارآموز تجربه کسب کنند به هیچ وجه درست نیست. آنچه نشریات می‌خواهند عکس‌هایی نیست که نامزد دریافت جوایز ارزنده باشد، بلکه آنها به دنبال عکس‌هایی هستند که قابل استفاده، واضح و دقیق باشد و پیامی را به بیننده منتقل کند.

چندان دشوار نیست که یک عکاس خبری خوب باشید، اما باید اصول ساده‌ای را رعایت کنید:

۱ـ دوربین عکاسی خود را که از قبل در آن فیلم گذاشته و آماده کرده‌اید همیشه به همراه داشته باشید. ممکن است هنگامی که برای خرید بیرون می‌روید با سوژه‌های جالب خبری برخورد کنید. دوربین‌های کامپکت و خودکار برای این منظور مناسبند و می‌توانید آنها را در جیب خود جا دهید.

۲ـ در فرودگاه فیلم‌های خود را به جای رد کردن از دستگاه اشعه ایکس داخل یک کیسه پلاستیکی شفاف بگذارید و به مأمور بازرسی نشان دهید. این کار ضروری نیست اما بهتر است به این روش عادت کنید.

۳ـ سعی کنید عکسبرداری در فضای باز و در فصل تابستان را صبح زود یا بعدازظهر انجام دهید و از نور خورشید برای نوردهی به سوژه مورد نظر استفاده‌کنید.

۴ـ هنگام ظهر یعنی زمانی که نور خیلی شدید است و افراد مجبور می‌شوند پلک‌های خود را به هم نزدیک کنند، عکس نگیرید. فراموش نکنید که بهترین منبع نور برای عکاسی خورشید است، پس پشت به خورشید بایستید.

۵ـ هنگامی‌که فضا خیلی روشن است برای گرفتن عکس بخصوص از سطوح منعکس کنندهٔ نور مانند آب، از فیلترهای خنثی‌کننده استفاده کنید.

۶ـ هنگام عکسبرداری از افراد در فضایی که نور خورشید شدید است آنها را پشت به خورشید قرار دهید تا چشم‌های خود را نبندند و از فلاش استفاده کنید تا سایه‌ای که روی چهره آنان می‌افتد برطرف شود.

۷ـ یک سوژه واحد را در نظر بگیرید و با تغییر تنظیم نور از آن چندین عکس بگیرید. برای هر عکس دریچه تنظیم نور را طوری تغییر دهید که میزان نوردهی به فیلم کمتر یا بیشتر شود. عدسی و فیلترهای مختلف را برای عکسبرداری از یک صحنه واحد امتحان کنید. برای هر عکس وضعیت خود و دوربین را تغییر دهید. به عنوان مثال روی زمین دراز بکشید و زاویه دوربین را به سمت بالا تنظیم کنید و یا سکویی پیدا کنید که از بالای آن بتوانید زاویه دوربین را به سمت پایین تنظیم کنید. بعضی اوقات این عکس‌ها به نحو شگفت‌انگیزی خوب از آب درمی‌آید.

۸ـ از رنگ‌ها و حرکت‌های مختلف عکسبرداری کنید. در عکس‌ها تا حد امکان انسان‌ها را نشان دهید. مثلاً برای مقاله‌ای در مورد سفر، هیچ عکسی بهتر از آن نیست که گروهی از افراد را در حال تفریح نشان دهد. دبیران گروه‌های عکاسی و عکاسان عاشق رنگ‌های شفاف و درخشان و افراد جذاب هستند. پس سعی کنید در عکس‌های خود از این سوژه‌ها استفاده کنید.

۹ـ جهت حرکت سوژه‌های متحرک باید به داخل کادر دوربین و نه خارج از آن باشد. سوژه باید در زاویه مناسبی از کادر جای بگیرد و فضای کافی در اطراف آن باشد تا اگر احیاناً عکس کوچک و بریده شد سوژه به کنار کادر نچسبد.

۱۰ـ رنگ‌ها باید هماهنگ باشند. اگر سوژه مورد نظر پشت فرمان یک خودرو اسپورت قرمز رنگ نشسته، بهترین حالت این است که لباس رنگ روشن به تن داشته باشد. وقتی به طریقه سیاه و سفید عکاسی می‌کنید باید سوژه تیره را در یک زمینه روشن قرار دهید.

۱۱ـ چند حلقه فیلم خام همراه داشته باشید و از یک سوژه عکس‌های زیادی

بگیرید. گاهی اوقات ممکن است برای حدود شش عکس خوب که مورد پسند دبیر عکاسی قرار بگیرد ۱۰۰ تا ۱۵۰ و حتی بیش از آن، عکس گرفته باشید. بعضی عکس‌ها خوب از آب درمی‌آید اما بیشتر آن‌ها غیرقابل استفاده است. عکاسی یعنی همین!

۱۲ـ اگر برای عکاسی با دوربین SLR اعتماد به نفس کافی ندارید از دوربین‌های خودکار کوچک استفاده کنید. مزیت این نوع دوربین آن است که میزان نور و وضوح تصویر را به صورت خودکار تنظیم می‌کند و عدسی وایدانگل و زوم داخل آن تعبیه شده است. این دوربین برای عکسبرداری در فضاهای داخلی عالی است و عکاسان حرفه‌ای زیادی از آن استفاده می‌کنند.

۱۳ـ اگر به شخص دیگری دسترسی نداشتید در صورت لزوم می‌توانید از خودتان هم عکس بگیرید بویژه زمانی که لازم است در مقیاس با جثه یک انسان اندازه جسمی را نشان بدهید. ساعت دوربین را تنظیم کنید. حتی‌المقدور لباسی بپوشید که رنگ آن با زمینه و سوژه اصلی در تضاد نباشد.

ارسال عکس‌ها با پست

یک خبرنگار آزاد باید هنگام ارسال پستی عکس‌های انتخابی خود به نشریات نکاتی را در نظر داشته باشد. قبل از اینکه عکسی را بفرستید اطلاعات مربوط به اینکه کدام عکس‌ها را در چه زمانی و برای چه کسی فرستاده‌اید در پرونده‌ای ثبت کنید. به قانون کپی رایت یا حق مالکیت انحصاری اثر توجه کنید. (در این مورد در همین فصل توضیح داده خواهد شد.) هرگز عکس‌ها را با این نیت که شاید دبیر عکاسی یک نشریه از آنها استفاده کند نفرستید. بلکه قبلاً این موضوع را تلفنی یا کتبی اطلاع دهید و نظر آنها را در این مورد بپرسید. قبل از اقدام به ارسال عکس‌ها از آنها فهرستی تهیه کنید. حتی عکس‌هایی را که قرار نیست بفرستید در این

فهرست وارد کنید بویژه اگر آنها را داخل پرونده‌ی خاصی قرار داده‌اید. عکس‌ها را با توجه به تاریخ، عنوان و مکان عکسبرداری فهرست و شماره‌گذاری کنید و برای هریک از آنها یک شمارهٔ ویژه در نظر بگیرید تا در آینده با استفاده از آن شماره، عکس مورد نظر را راحت‌تر پیدا کنید. از آنجا که مجموعه این عکس‌ها در طول زمان بایگانی شخصی شما را تشکیل می‌دهد بهتر است از همان ابتدا آنها را دسته‌بندی کنید. سعی کنید روی خود عکس چیزی ننویسید، اما برای تهیه فهرست، لازم است که عکس‌ها علامت‌گذاری شوند. در این‌جا یک برنامه رایانه‌ای که چندان هم گرانقیمت نیست و برای تهیه برچسب طراحی شده است به کار شما می‌آید. این برنامه را می‌توانید مستقیماً روی رایانه شخصی خود نصب کنید و با آن برچسب‌هایی در اندازه‌های دلخواه برای اسلاید و عکس‌های خود تهیه کنید. با بعضی برنامه‌ها می‌توان برای هر عکس دو برچسب چاپ کرد: یکی با اسم و نشانی و شماره تلفن شما و دیگری با عنوان یا توضیح عکس. اگر فیلم متعلق به شخص شماست، حق انحصاری عکس‌ها نیز از آن شما خواهد بود.

برای ارسال اسلایدها می‌توانید پوشه‌های مخصوصی را که برای هر اسلاید یک جای جداگانه دارد از فروشگاه‌های عکاسی یا لوازم التحریر تهیه کنید. اگر تعداد اسلایدهایی که می‌فرستید زیاد است پوشه‌ها را در پاکت‌های مقوایی مخصوص این کار قرار دهید.

ارسال عکس‌ها با پست سفارشی این مزیت را دارد که در صورت مفقود شدن بسته امکان ردیابی آن وجود دارد. اگر می‌خواهید عکس‌ها به شما برگردانده شود، کار مؤدبانه آن است که هزینه پست برگشت را بویژه اگر مقصد پستی‌تان خارج کشور است، ضمیمه کنید.

قبل از بستن در پاکت فراموش نکنید که:

۱ـ نامه‌ای کوتاه در مورد دلیل فرستادن عکس‌ها ضمیمه کنید.

۲ـ خبر را مستقیماً برای دبیر گروه خبری و نه دبیر گروه عکاسی بفرستید و عکس‌ها را برای گروه عکاسی ارسال کنید.

۳ـ فهرستی تهیه کنید که شامل اطلاعات کامل در مورد موضوع و مکان هر عکس باشد. مثلاً: عکس شماره ۲، اسب سفید در اسطبل ورزشگاه شماره ۲ شهر.

بدین ترتیب دبیر گروه عکاسی هنگام بازکردن پاکت می‌تواند در همان لحظه عکس‌هایی را که شما با دقت در پوشه پلاستیکی قرار داده‌اید بررسی کند. نحوه قراردادن برچسب‌ها و عکس‌ها در پاکت نه تنها کار دبیر گروه را سهل‌تر می‌کند بلکه حاوی این پیام است که شما یک عکاس غیرحرفه‌ای نیستید. هیچ‌گاه اسلاید یا نگاتیو عکس‌ها را با همان جلدهای پلاستیکی که در لابراتور استفاده می‌شود، نفرستید مگر اینکه به‌طور مشخص از شما چنین چیزی خواسته شود، زیرا ممکن است نگاتیوها از درون قاب‌های پلاستیکی بیرون ریخته روی زمین پخش شوند. دلیل دیگر این است که ارسال آنها با این وضع، بایگانی کردن اسلاید یا نگاتیوها را مشکل می‌کند. اگر آنها را در پاکت‌های پلاستیکی مخصوصی که برای همین منظور طراحی شده است بگذارید، دبیر گروه عکاسی می‌تواند براحتی آن را داخل قفسه‌ای قرار دهد تا در زمان مناسب استفاده شود.

یک روش دیگر برای ارسال تصاویر که اخیراً متداول شده است ذخیره کردن آنها روی یک CD یا لوح فشرده است. این کار را می‌توانید در عکاسی‌های مجهز و یا با استفاده از رایانه خود به شرطی که اسکنر و نرم‌افزار لازم را داشته باشید انجام دهید. قبل از ارسال عکس، نظر دبیر نشریه را در این مورد جویا شوید.

حق انحصاری اثر

پرواضح است که حق مالکیت انحصاری یک عکس متعلق به عکاس است مگر اینکه او در استخدام یک نشریه یا یک خبرگزاری باشد و از این بابت حقوق

ماهانه دریافت کند. حق انحصاری در کشورهایی که این قانون در آن‌ها جاری است معمولاً تا زمانی که عکاس در قید حیات است و ۵۰ سال پس از مرگ او به قوت خود باقی است بدین معنا که فرزندان و بستگان وی این حق را به ارث می‌برند. (احتمالاً در آینده نزدیک این مدت زمان برای عکاسان مقیم کشورهای عضو اتحادیه اروپا افزایش می‌یابد.)

عکاسان نیز باید مانند نویسندگان از مسؤولیت‌های خویش در قبال برخورداری از حق انحصاری آگاه باشند:

- یک عکاس آزاد مانند یک نویسنده آزاد از حق مالکیت انحصاری برخوردار است و باید هنگام مذاکره درباره انتشار اثر و حق الزحمه طرف معامله را از این موضوع مطلع سازد.
- قرارداد باید به صورت کتبی باشد و به امضای هردو طرف برسد.
- عکاس این حق را برای خود محفوظ می‌دارد که در ازای چاپ مجدد عکس مبلغی از پیش تعیین شده را دریافت کند.
- نام عکاس باید هنگام چاپ اثر نوشته شود.

چنانچه شما به‌طور آزاد عکاسی می‌کنید امتیاز انحصاری متعلق به شماست مگر آنکه به میل خود آن را به دیگری واگذار نمایید. ممکن است شما به‌طور اتفاقی از ماجرایی عکس بگیرید که مبدل به یک واقعه تاریخی شود. خبرگزاری‌ها، لابراتوارهای عکاسی و مؤسسات انتشاراتی معمولاً به چنین عکس‌هایی بهای زیادی می‌دهند و آنها را برای چاپ در نشریات می‌خرند. به عنوان مثال تصاویری از کندی[1] رئیس جمهور اسبق آمریکا و یا تخریب دیوار برلین[2] حتی هنوز هم برای نشان دادن وقایع تاریخی در نشریات مختلف به چاپ

---

1. Kennedy 2. Berlin Wall

می‌رسند و به همین دلیل تقاضا برای آنها زیاد است. اگر تصمیم به واگذاری امتیاز مالکیت انحصاری عکس برای چاپ آن در نشریات مختلف گرفتید، حتماً در قرارداد قید کنید که در ازای هر بار چاپ مجدد عکس در سراسر دنیا مبلغی معین به شما تعلق گیرد.

قبل از رسیدن به توافق با مشتریان در مورد تهیه عکس‌های سفارشی این مسأله را برای آنها روشن کنید که امتیاز انحصاری متعلق به شماست. اگر حق انحصاری را به‌طور کامل به آنها واگذار کنید به معنای آن است که مقادیر قابل توجهی از درآمد حاصل از چاپ مجدد عکس را از دست داده‌اید.

به یاد داشته باشید که برای اثبات ادعای خود مبنی بر مالکیت حق انحصاری در صورت بروز دعواهای حقوقی باید حتماً نگاتیو عکس‌ها یا نسخه‌های چاپی مشابه را نزد خود نگه دارید.

عکسبرداری از افراد و اماکن

براساس ضوابط اخلاقی و فرهنگی (و قانون حقوقی بریتانیا) شما آزادید از افراد و اماکن عمومی عکس بگیرید. با این وجود اگر احتیاط لازم را به خرج ندهید احتمال دارد که شخصی از این عمل شما ناراحت شود. در شرایط عادی همیشه سعی کنید برای گرفتن عکس از افراد اجازه بگیرید. بیشتر مردم معمولاً با روی باز از پیشنهاد شما استقبال می‌کنند.

در شرایط بحرانی مانند جنگ، موقعیت‌های اضطراری و یا وقایعی مثل اعتصاب و ناآرامی با احتیاط عمل کنید و حتماً مراقب پشت سر خود باشید. ممکن است برخی افراد به تصور اینکه شما جاسوس، سودجو و یا مأمور دولت هستید و یا حتی صرفاً به خاطر خبرنگار بودنتان به شما حمله‌ور شوند.

در برخی کشورها حساسیت نسبت به عکسبرداری مخفیانه از مردم کوچه و

خیابان به مراتب بیشتر است. همیشه در دفترچه راهنمای مخصوص مسافران، بخشی را که مربوط به خصوصیات اخلاقی آن مردم است مطالعه کنید. در مورد ورود به اماکن و املاک مختلف برای عکسبرداری باید گفته شود که طبق قوانین بسیاری از کشورها (از جمله بریتانیا) ورود به ملک دیگران بدون اجازه مالک تعدی به حریم خصوصی افراد شمرده می‌شود. تنها راه عکسبرداری از املاک خصوصی این است که عکاس هنگام گرفتن عکس در یک مکان عمومی ایستاده‌باشد.

عکس گرفتن از بعضی ساختمان‌ها (در بریتانیا) ممنوع است. برخی از موارد آشکار این ممنوعیت گرفتن عکس از داخل دادگاه، ساختمان‌های دولتی، موزه‌ها و خانه‌های اشرافی است. موارد دیگری که ممکن است ممنوعیت عکسبرداری در آنها چندان روشن نباشد عبارتند از مدارس، بیمارستان‌ها، ساختمان تئاتر و فرودگاه‌ها. اماکن نظامی حساس‌ترند و حتی اگر احساس شود وجود شما امنیت پایگاه را به خطر انداخته ممکن است بناگاه خود را در محاصره افراد پلیس و سربازان مسلح بیابید. اگر لازم است از مکان‌های مورد اشاره عکس بگیرید حتماً از یک شخص مسؤول کسب اجازه کنید و در موارد خاص بهتر است که اجازه به صورت کتبی باشد. سرانجام اینکه در اکثر کشورهای جهان گرفتن عکس از پول و یا تمبرهای پستی بدون اجازه از وزارت دارایی و اداره پست خلاف قانون است.

فروش عکس‌ها

پس از چاپ عکس‌ها در یک نشریه، شما این حق را دارید که همان عکس‌ها را برای فروش به نشریات دیگر ارائه کنید به شرط آنکه آنها را در جریان چاپ قبلی عکس‌ها قرار دهید. به عبارت دیگر شما می‌توانید حق انتشار دوم یا سوم را به آنها اعطا کنید. اگر کیفیت تصاویر بالاست می‌توانید آنها را به مؤسساتی که

کارت پستال یا تقویم چاپ می‌کنند بفروشید.

به جای انبارکردن تعداد زیادی عکس می‌توانید آنها را به مجلات مرتبط ارائه کنید. برای این منظور نخست نامه‌ای به مجله بفرستید و در مورد عکس‌هایتان توضیح دهید. به یاد داشته باشید که هنگام فروش عکس‌های اضافی خود به مجلات حق انحصاری آثار را برای خود محفوظ دارید. چنانچه مشاهده کردید که عکس‌های شما در نشریاتی که با آنها قرارداد نبسته‌اید چاپ شده‌اند و یا بیش از یک بار در مجله مورد نظر انتشار یافته‌اند، حتماً حق خود را برای چاپ مجدد طلب کنید.

۹

عکاس خبری آزاد

این فصل به‌طور عمده به عکاسی خبری آزاد می‌پردازد با این وجود بخش عمده‌ای از مطالب مطرح شده در مورد خبرنگار آزاد هم صدق می‌کند.

عکاسی خبری به شیوه مستقل یا آزاد مزایای فراوانی دارد و این امکان را فراهم می‌کند که رویدادهای مورد علاقه خود را دنبال کنید یا مکانی را که خود مایلید برای عکسبرداری انتخاب کنید. یک عکاس آزاد حتی ممکن است دور دنیا سفر کند و برای مطبوعات عکس تهیه کند. لازم نیست چنین فردی حتماً یک عکاس حرفه‌ای آموزش دیده باشد. عکاس خبری با داشتن ادراک و بینش خوب، اشتیاق به کار و توانایی تشخیص و شکار سوژه‌های مناسب، می‌تواند یک شغل بسیار پردرآمد داشته باشد.

قبل از اینکه برای سفر به نقاط عجیب و دیدنی دنیا بلیت هواپیما رزرو کنید ابتدا وقایعی را که در اطرافتان در جریان است مرور کنید. آیا روزنامه‌ها و مجله‌های محلی و منطقه‌ای وجود دارند که از کار شما استفاده کنند؟ بدون شک

تماس با سردبیر این نشریات و ارائه نمونه کارهایتان می‌تواند ثمربخش باشد. اگر فوراً به نتیجه روشنی نرسیدید کارت ویزیت خود را به آنان بدهید و با نشریه در تماس باشید. چه بسا یک روز عکاس روزنامه نتواند در مراسم خاصی حاضر شود و این فرصتی برای شما خواهد بود تا مهارت خود را نشان دهید. به همین منظور بهتر است که تلفن همراه داشته باشید تا در صورت نیاز دردسترس باشید. می‌توانید ایده‌های خود را در کار عرضه کنید. این احتمال نیز وجود دارد که عکاسان روزنامه‌ها از موارد خاصی یا بی‌اطلاع باشند و یا قادر به پوشش آن موضوع خبری نباشند. از همین رو همان‌گونه که در حرفه روزنامه‌نگاری معمول است شما باید با افراد زیادی در اجتماع آشنا و در ارتباط باشید. معمولاً گروه‌های آماتور تئاتر و اپرا منابع خبری خوبی هستند. آنها نه تنها برای برنامه‌های آینده خود احتیاج به عکس‌های تبلیغاتی دارند بلکه مایلند نمونه‌ای از عکس‌های خود را برای بایگانی شخصی یا فروش به عموم داشته باشند. درواقع هنگام عکسبرداری از بازیگران آماتور فعلی چه بسا از ستارگان مشهور فردا عکس می‌گیرید.

برای فروش گزارش‌های تصویری باید بتوانید حداقل چند کلمه‌ای بنویسید. مثلاً در حد ثبت صحیح نام و نقشی که افراد در تئاتر بازی می‌کنند.

دنبال کردن اخبار و برنامه‌های رادیویی نیز روش خوبی است که پی ببرید در دنیای اطراف شما چه وقایعی در جریان است. کار مهمتر این است که روزنامه‌های محلی را بررسی کنید تا بدانید بیشتر به چه نوع عکس‌هایی علاقه دارند. به عنوان مثال عکس گرفتن از آقای «الف» در باغچه شخصی‌اش به عنوان کسی که قبلاً در یک مصاحبه رادیویی در مورد باغبانی شرکت کرده است، درحالی که هیچ سوژه جالبی در باغچه او نمی‌یابید اصلاً ایده خوبی نیست.

عکس‌های خبری باید در مورد موضوع‌های خاص مانند کارهای بزرگ، اهدای جوایز، افراد شجاع، حوادث، طول عمر زیاد، شخصیت‌های مشهور و چیزهایی از این دست باشد. تصویری از چهره آقای «الف» درحالی که به بیل خود تکیه داده است یک عکس خبری نیست. اگر می‌خواهید عکسی که می‌گیرید خبرساز باشد باید او را با بزرگترین کدوی مسمایی که تا به حال پرورش داده شده یا بیل باغبانی جدیدی که خود او طراحی کرده است نشان بدهید.

ساعات غیراداری

همیشه دوربین خود را برای عکاسی در شب آماده داشته باشید. اخبار و حوادث، توجهی به ساعات اداری و کاری ندارند. بنابراین باید آماده باشید تا وقایعی را که در شب رخ می‌دهد با دوربین خود ثبت کنید. اتفاقاتی از قبیل یک عملیات نجات هیجان‌انگیز با استفاده از نورافکن در شب و یا اتوبوس دو طبقه‌ای که زیر یک پل کم ارتفاع گیر افتاده است. ماجرا هر چیزی می‌تواند باشد. نکته مهم این است که روزنامه‌ها همیشه به عکس نیاز دارند.

دوربین‌های اتوماتیک برای عکاسی در نور کم بسیار مناسبند، زیرا تنظیم وضوح تصویر و نور آنها به صورت خودکار انجام می‌شود. نکته مهم اینکه حتماً از فیلم رنگی با حساسیت ۲۰۰ استفاده کنید.

رویدادهای ملی و بین‌المللی

گاهی اوقات خبرهای داغ و مهم به سراغ روزنامه‌نگار می‌آیند، اما همواره چنین اتفاقی نمی‌افتد. چنانچه مایلید وارد بازارهای بزرگتر شوید و اخبار داغ داخلی و خارجی را پوشش دهید باید بدانید که ترک کردن مناطق محلی و راهی

شدن به سوی شهرهای بزرگ تصمیم شتابزده‌ای است. مثلاً لندن شهری است پر از عکاسانی که بسیاری از آنان اشخاص مشهور و ثروتمند را تعقیب می‌کنند تا شاید بتوانند یک عکس منحصر به فرد شکار کنند. به علاوه این احتمال نیز وجود دارد که در مسیر خود به سمت شهرهای بزرگتر، از کنار عکاس خبری دیگری که برای شکار یک سوژه بکر و تازه به سوی محل زندگی شما در حرکت است بی‌تفاوت بگذرید، درحالی که شما متوجه اهمیت خبری بالای آن سوژه نشده‌اید. این عقیده که وقایع بزرگ در جاهای بزرگ اتفاق می‌افتد و رویدادهای کم‌اهمیت در جاهای کوچک رخ می‌دهد کاملاً نادرست است. به عنوان مثال چند سال پیش در یک شهر کوچک در اثر انفجار یک قایق دو نفر کشته شدند، به یک بانک دستبرد زده شد و صاحب یک نمایشگاه خودرو به ضرب چند گلوله جان خود را از دست داد. دو حادثه اول به فاصله یک مایل مربع از یکدیگر اتفاق افتاد و مردی که در سومین حادثه کشته شد صاحب یک نمایشگاه و یک تعمیرگاه بود که هردو در همان منطقه واقع بودند و تمام این اتفاقات در یک شهر آرام و بی‌سروصدا که سابقه ارتکاب جرم و جنایت در آن بسیار کم بود روی داد. به عنوان یک روزنامه‌نگار باید روی این نکته تأکید کنید که این شهر کوچک بندرت شاهد جنایات و جرائمی از این دست بوده است، زیرا این موضوع به گزارش شما یک تأثیر خاص می‌بخشد. تصور کنید که این حوادث در شهر شما به‌وقوع پیوسته است. در نتیجه به دبیر عکاسی یک روزنامه سراسری تلفن می‌کنید و پیشنهاد خود را در مورد تهیه یک گزارش تصویری کامل از این حوادث مطرح می‌کنید. به نظر شما عکس‌العمل او چگونه خواهد بود؟

۱ـ عالی است. لطفاً هرچه سریع‌تر همه عکس‌هایتان را بفرستید.

۲ـ چندان مهم نیست. اتفاقاتی از این قبیل همیشه در شهرهای بزرگ

مشاهده می‌شود.

۳ـ قصد دارید این حوادث را از چه زاویه‌ای بررسی کنید؟

به احتمال قوی واکنش طرف مقابل که با لحنی بی‌میل صحبت می‌کند جملات دوم یا سوم خواهد بود. او احتمالاً نه از وقایعی که شما راجع به آن صحبت کردید اطلاعی دارد و نه از شهر شما چیزی شنیده است که البته این نکته آخر به نفع شماست. ویژگی خاص چنان خبری این است که سه حادثه تکان دهنده در یک شهر کوچک و آرام که شاهد نظایر این وقایع نبوده در مدت یک هفته و به فاصله یک مایل مربع صورت گرفته است. علاوه بر آن این شهر یک مرکز مهم توریستی است و در قرن گذشته نیز نقش مهمی در جذب گردشگران ایفا کرده است. این مورد ممکن است موضوع مناسبی برای نوشتن یک گزارش خبری باشد با عنوانی مثل «جهان به کجا پیش می‌رود؟» و شاید حتی بتوان آن را با اخبار روز در مورد وعده و وعیدهای دولت برای کاهش جرم و جنایت ارتباط داد.

اما تهیه یک گزارش تصویری از این سه واقعه مشکلات خاص خود را دارد. شما هیچ تصویر هیجان‌انگیزی دردست ندارید و عکس‌ها فقط فضای بعد از حادثه را نشان می‌دهد: پلیس در حال پاکسازی محل انفجار قایق، تعمیرگاه و بانک که هیچ کدام حاوی نکته خاصی نیستند.

با این حال یک سلسله حوادث قابل توجه روی داده است که شما به عنوان یک عکاس خبری نمی‌توانید از آن چشم‌پوشی کنید، بویژه اینکه هر سه مورد در نزدیکی محل زندگی شما به‌وقوع پیوسته است. یک عکاس خبری خوب برای آنکه بتواند گزارش خود را از راه عکس بیان کند به قدرت تخیل بالایی نیاز دارد. اگرچه شما قادر نیستید آنچه را که گذشته از نو بیافرینید، اما می‌توانید از کارکنان بانک بخواهید که در داخل بانک از آنها عکس بگیرید و یا از یک قایق شبیه به

همانی که منفجر شد عکاسی کنید یا سعی کنید عکس همان قایق را قبل از انفجار پیدا کنید. پرس و جویی مختصر از صاحبان قایق‌های دیگر در همان محل ممکن است نتیجه بخش باشد. اما خانواده قربانیان به دلیل ضربه روحی حاصل از واقعه در شرایط خوبی نیستند و هرگونه تلاش برای گفت‌وگو با آنان حاکی از عدم توجه شما به احساسات آنان خواهد بود. از نمای بیرونی نمایشگاه خودرو چند عکس بگیرید. حتی ممکن است با استفاده از یک عدسی واید بتوانید محل بانک و یا جایی را که قایق در اسکله بسته شده بود نشان دهید. به همین شکل می‌توانید عکس‌هایی مشابه از محل بسته شدن قایق تهیه کنید به‌گونه‌ای که تعمیرگاه و بانک نیز در زمینه عکس دیده شوند و یا ترکیبی از این حالت‌ها را به‌وجود آورید. بهتر است یک نقشه ساده که نزدیکی محل سه حادثه به یکدیگر را نشان می‌دهد ضمیمه کنید. روزنامه می‌تواند نقشه شما را با استفاده از یک برنامه گرافیکی بازآفرینی کند.

ضروری است که برای ارتباط دادن تصاویر با یکدیگر متنی بنویسید، اما لازم نیست توضیحات شما خیلی طولانی باشد. فقط در آن حدی که مشخص شود چه اتفاقی افتاده و ارتباط بین حوادث متوالی و عجیب در این منطقه چیست. توضیح مختصری در مورد شهر، تاریخ وقوع حوادث و عکس‌العمل افراد محلی بدهید. نوشتن تیتر به عهده شما نیست. این کار را به عهده ویراستار بگذارید.

کار یک روزنامه‌نگار آزاد به سادگی کار فردی که در محیط روزنامه کار می‌کند نیست. تنها به دنبال موضوع گشتن و گزارش تهیه کردن کافی نیست، گرچه حتی این کار نیز به‌اندازه کافی دشوار است. یک روزنامه‌نگار آزاد اگر می‌خواهد گزارشی تهیه کند که به فروش برسد و خوانده شود باید اهمیت خبر را کاملاً درک کند تا بتواند خبرگزاری‌ها و سردبیرهای دیرباور را در مورد ارزش خبری یک موضوع متقاعد کند. چرا که آنها نیز به نوبه خود باید گزارش را به خوانندگان بفروشند.

توانایی شخص برای یافتن سوژه‌های جالب توجه برای طیف وسیعی از نشریات و نیز برقراری ارتباط منطقی بین جنبه‌های مختلف یک موضوع و تبدیل آن به یک گزارش خبری از اهمیت زیادی برخوردار است. چنانچه گزارشگر بخواهد به صورت مستقل و براساس انگیزه‌های شخصی خود کار کند باید دارای ابتکار عمل و شم قوی برای یافتن سوژه‌های خبری باشد. به عنوان مثال داستان یک خرگوش خانگی بزرگ و وحشتناک که نقش یک سگ نگهبان را بازی می‌کند و از ملک صاحب خویش محافظت می‌کند یک موضوع محلی و کم اهمیت است مگر آنکه روزنامه‌نگار از آن ماجرای بزرگتری بسازد. روزنامه‌هایی که در قطع کوچک چاپ می‌شوند و به رویدادهای جالب زندگی می‌پردازند معمولاً نسبت به داستان‌های عجیب و غریب علاقه زیادی نشان می‌دهند درحالی که روزنامه‌های جدی‌تر و با قطع بزرگ احتمالاً به چنین موضوعی توجه نخواهند کرد.

نباید اخبار و جریاناتی را که تنها از جنبه محلی اهمیت دارند به مطبوعات سراسری ارائه کنید. با این وجود پی بردن به این‌که چه موضوع‌هایی برای روزنامه‌های سراسری جالب توجه است و چه موضوع‌هایی جذاب نیست کار آسانی نیست. زیرا روزنامه‌ها ممکن است دارای سیاست‌های ناپایدار باشند. مثلاً داستان خرگوش مهاجم ممکن است مورد قبول یک روزنامه سراسری واقع شود، اما گزارش مربوط به یک تانکر نفتی غول‌آسا که در اسکله آتش گرفته است توجه روزنامه را جلب نکند.

پس از اینکه با یک نشریه ملی شروع به کار کردید بهتر است هرروز صبح تلفنی در مورد خبرهای مهم منطقه خود اطلاعاتی دراختیار آن قرار دهید. ممکن است دبیران نشریه نسبت به موضوع خبری خاصی که شما براحتی می‌توانید پوشش دهید علاقه‌مند باشند.

یک عکاس خبری آزاد می‌تواند بازار بین‌المللی را نیز برای فروش تولیدات

خود مد نظر داشته باشد. تکیه به بازار داخلی و توجه نکردن به بازار بین‌المللی بسیار اشتباه است. داستان خرگوش مهاجم شاید علاوه بر مطبوعات داخلی نظر نشریات خارجی را نیز جلب کند. همه یک خرگوش بامزه را دوست دارند بویژه اگر دارای رفتار خاصی نیز باشد. جالب اینکه گزارش مربوط به آتش‌سوزی تانکر نفتی می‌تواند برای نشریات خارجی و بویژه کشور صاحب نفتکش جذاب‌تر باشد تا برای روزنامه‌های داخلی.

خبرگزاری‌ها و آژانس‌های عکاسی

بدون شک تماس با تک‌تک نشریات بین‌المللی برای فروش عکس‌هایتان علاوه بر وقت‌گیر بودن بسیار پرهزینه است. بویژه اگر مشکل زبان نیز مطرح باشد برقراری ارتباط دشوارتر می‌شود. خبرگزاری‌ها و آژانس‌های عکاسی درواقع این کار را برای شما انجام می‌دهند. به نفع این آژانس‌هاست که گزارش‌های خبری و تصویری را برای چاپ در نشریات مختلف ارائه کنند. پس با آنها تماس بگیرید، در مورد کارهایتان توضیح دهید و بهترین عکس‌هایتان را برای آنان ارسال کنید. سعی کنید با افرادی که در خبرگزاری‌ها کار می‌کنند رابطه خوبی برقرار کنید، زیرا این افراد هستند که آثار شما را به نشریات مختلف در نقاط مختلف جهان ارسال می‌کنند. این احتمال نیز وجود دارد که آنها با شما تماس بگیرند و سفارش کارهای دائم به شما بدهند و این برای شما به معنای یک فرصت کاری خوب و درآمد عالی‌است.

تحویل عکس‌ها

اگر عکسی گرفته‌اید که در نوع خود بی‌نظیر یا منحصر به فرد است برخی روزنامه‌های سراسری فیلم چاپ نشده را با فرستادن پیک از شما تحویل می‌گیرند

و خود اقدام به ظاهر کردن آن می‌کنند. البته برای این کار باید ابتدا سردبیر را متقاعد کنید که عکس شما بی‌نظیر است. اگر فیلم را خودتان ظاهر نمی‌کنید آن را به یک لابراتوار عکاسی در نزدیکی محل زندگی خود ببرید. البته بیشتر عکاسان آزاد شخصاً امکان ظهور فیلم را دارند و عکس‌های چاپ شده را در قطع ۲۵×۲۰ سانتی‌متر به روزنامه تحویل می‌دهند. (با فراگیر شدن دوربین‌های دیجیتالی امکان تبادل عکس بسیار آسانتر شده و نه تنها نیازی به صرف وقت برای چاپ نیست بلکه امکان ارسال از طریق اینترنت وجود دارد.) عکس باید همیشه دارای توضیح کتبی در مورد شخص، مکان، زمان و رویداد مورد نظر باشد. در این جا عکاسی که توانایی نویسندگی دارد نسبت به عکاسی که این مهارت را ندارد امتیاز پیدا می‌کند. با این حال اگر عکس مربوط به یک خبر داغ و تازه باشد، خود عکس از توضیح همراه آن اهمیت بیشتری دارد. توضیح عکس را می‌توانید به وسیله دورنگار، پست الکترونیکی و یا تلفنی برای سردبیر ارسال کنید.

هر عکس چقدر ارزش دارد؟

اگر از عکاسان خبری باتجربه سؤال کنید به شما خواهند گفت که روزنامه‌ها برای عکس‌های باارزش پول خوبی می‌پردازند. عکاسی که برای قیمت بالاتر چانه بزند و یا به منظور کسب درآمد بیشتر یک روزنامه را در مقابل دیگری قرار دهد درواقع به حسن شهرت خود لطمه می‌زند و احتمال اینکه بتواند برای ادامه کار در آینده یک رابطه صمیمی با روزنامه برقرار کند کم است. به یاد داشته باشید که کارکنان رسانه‌ها یکدیگر را می‌شناسند. در این گونه محیط‌های کاری حسن شهرت از طریق کار خوب به‌دست می‌آید و حرص و طمع آن را ضایع می‌کند. اگر قصد دارید کارتان را ادامه بدهید از چانه زدن در مورد قیمت خودداری کنید.

نکته مهم دیگر این است که هرگز کارهایتان را به رایگان دراختیار یک نشریه

قرار ندهید. شما برای کار خود زحمت کشیده‌اید و هزینه کرده‌اید، پس حتماً باید بهای کار خود را دریافت کنید.

مجلات

در سراسر دنیا بسیاری از مجلات پرزرق و برق فرصت‌های مالی خوبی برای یک عکاس آزاد فراهم می‌کنند زیرا بیشتر صفحات آنها را عکس‌های رنگی می‌پوشاند. سوژه‌های عکاسی را می‌توانید از حیطه وسیعی انتخاب کنید و نیازی به جست‌وجوی موضوع‌های خبری ندارید. این فرصت فوق‌العاده‌ای است تا به موضوع‌های مورد علاقه خود بپردازید، زیرا حداقل یکی دو مجله در گوشه‌ای از دنیا وجود دارد که با سلایق و علایق خاص شما همگون باشد.

اگرچه در بسیاری موارد سردبیرها فقط به عکاسانی که با آنها آشنایی قبلی دارند سفارش کار می‌دهند، به یاد داشته باشید که این عکاسان خبری نیز حتماً در مقطعی از زمان قابلیت‌های خود را به اثبات رسانده‌اند. شما نیز باید سعی کنید به همین طریق برای عکس‌هایتان مشتری پیدا کنید. اما همان‌گونه که قبلاً نیز تأکید کردیم به هیچ وجه کارهایتان را به رایگان دراختیار کسی قرار ندهید. وقتی عکسی که شما تهیه کرده‌اید منتشر می‌شود باید بهای آن را بپردازند، در غیراین صورت با طرح شکایت حقوق خود را مطالبه کنید.

اگر بنابه دلایلی مجبور شدید به راهکارهای قانونی متوسل شوید فراموش نکنید که شما اولین عکاسی نیستید که این چنین عمل می‌کند و مسلماً آخرین نیز نخواهید بود. توضیحات بیشتر در این مورد در پایان این فصل زیر عنوان دریافت حق‌الزحمه آمده است. مجلات به‌طور کلی از دو نوع عکس استفاده می‌کنند: دسته اول عکس‌هایی هستند که موضوع خاصی را دنبال نمی‌کنند و صرفاً برای پر کردن صفحات از آنها استفاده می‌شود. مثلاً عکس‌هایی از چشم اندازهای طبیعی یا

مناظر. گروه دوم عکس‌هایی هستند با سوژه‌ای خاص که از وقایع مشخصی گرفته شده‌اند. دقت کنید عکس‌های هردو گروه را در زمان تعیین شده تحویل دهید. اگر قصد دارید تغییر و دگرگونی در فصل پاییز را نمایش دهید عکس‌هایی بگیرید که چشم‌اندازها و رنگ‌های پاییزی را نشان دهد. مثلاً نمایی از درختان با برگ‌های نارنجی و قرمز، مزارع شخم‌زده یا مردمی که ژاکت و روسری پوشیده‌اند. اما نمی‌توانید این عکس‌ها را درست در فصل پاییز آماده کنید چرا که مجله از ماه‌ها قبل طراحی می‌شود. مطالب شماره پاییز را باید در ماه‌های تیر و مرداد به‌دست سردبیر برسانید. البته بستگی دارد که مجله هفته‌نامه، ماهنامه و یا فصلنامه باشد. به هرحال پیشنهادهای خود را بموقع (حداقل سه تا چهارماه قبل) با سردبیر درمیان بگذارید.

گزارش‌های فصلی باید از ۱۲ ماه جلوتر برنامه‌ریزی شوند. عکس‌های نسخهٔ زمستان آینده را امسال تهیه کنید. این شیوه تا موقعی مناسب است که مطمئن باشید سوژه عکس‌هایی که امسال می‌گیرید تا سال آینده قدیمی نمی‌شود. مثلاً رستوران قدیمی و قشنگی که در گوشه خیابانی واقع شده بود و سال گذشته از آن عکس گرفتید ممکن است در این مدت در آتش سوخته باشد و یا اینکه به دلایلی بسته شده و دروپنجره‌اش را هم تخته کرده باشند. هیچ چیز سردبیر را به این اندازه ناراحت نمی‌کند که خوانندگان خشمگین به مجله تلفن کنند و بگویند رستورانی که به استناد گزارش شما در تعطیلات آخر هفته به آنجا رفتند دیگر وجود ندارد. اکثر سردبیرها به کار گزارشگران و عکاسان اطمینان می‌کنند. آنها فرض را بر این می‌گذارند که تحقیقات شما کامل است و مطمئن هستید که اوضاع هنوز هم همان‌گونه است که در عکس نشان داده‌اید.

به خلاقیت و نوآوری اهمیت زیادی داده می‌شود. البته کارهای شما نباید آنقدر جدید و متفاوت باشد که با سبک مجله همخوانی نداشته باشد. مجله مورد نظر را

به دقت بررسی کنید و سوژه‌ای را در نظر بگیرید که با محتوای معمول مجله در تضاد نباشد. یک نگاه نو و تازه به موضوع مورد توجه سردبیر و خواننده قرار می‌گیرد. عکاس باید خلاق باشد و سوژه‌های تازه پیدا کند.

نوآوری احتمالاً برای مجلات غیرتخصصی که در مورد موضوع‌های عمومی مطلب می‌نویسند ساده‌تر است. البته در این کار استثناهای بسیار و چند قانون طلایی نیز وجود دارد. گاهی اوقات مجلات درون سازمانی و تجاری گزارش‌هایی با موضوع‌های غیرمرتبط با موضوع مجله را قبول می‌کنند. مثلاً نشریه ویژه معلم ممکن است از عکس‌های کوهنوردی استقبال کند. و یا یک مجله در مورد ساخت و ساز شاید گزارش‌های تصویری در زمینه ماهیگیری یا عکاسی غیرحرفه‌ای رابخرد.

به همین ترتیب در مورد عکس‌های مربوط به جاهای دیدنی و سفر سعی کنید مکان‌های بکر یا فراموش شده را پیدا کنید. به عنوان مثال عکس‌هایی که از کلوپ‌ها و رستوران‌ها بگیرید مشتری چندانی نخواهد داشت، درصورتی که بناهای قدیمی و ناشناخته احتمالاً طرفداران بیشتری خواهد داشت. یک عکاس خبری در مقایسه با یک نویسنده آزاد زمینه‌های کاری بیشتری دراختیار دارد. عکس‌ها نیاز به ترجمه ندارند و نشریات مختلف با زبان‌های گوناگون می‌توانند خریدار آنها باشند. در ضمن سوژه‌هایی که یک عکاس می‌تواند پوشش دهد نامحدود است: از باجه‌های تلفن عمومی گرفته تا لامپ‌های ابتدایی که در اوایل قرن گذشته استفاده می‌شد. هر چیزی که وجود داشته باشد می‌تواند سوژه‌ای برای عکاسی باشد.

ارتباط با سردبیر

برای برقراری ارتباط با سردبیر یک مجله بهتر است در ابتدا نامه‌ای بنویسید و

در آن خودتان و کارهایتان را معرفی کنید. در این مرحله چاپ اصلی عکس‌ها را نفرستید. البته می‌توانید از یک عکس رنگی کوچک در قسمتی از طرح سربرگ خود استفاده کنید. اگر کامپیوتر شما به چاپگر لیزری رنگی متصل است می‌توانید بهترین عکس‌های خود را روی کاغذ A4 چاپ کنید. همچنین می‌توانید از عکس‌هایتان برای طراحی کارت ویزیت استفاده کنید.

بعدها وقتی که به کارکنان مجله معرفی و با آنها آشنا شدید می‌توانید ایده‌های خود را تلفنی مطرح کنید.

قرارداد

در صورت امکان قبل از اینکه با بودجه شخصی خود به یک مأموریت کاری بروید و بویژه قبل از اینکه عکس‌ها را تحویل مجله دهید حتماً با نشریه قرارداد ببندید. این قرارداد به منزله توافقی برای دریافت تعداد معینی عکس در قبال پرداخت مبلغی مشخص از سوی نشریه پس از چاپ عکس‌هاست. اگر عکس‌های خود را بدون برنامه‌ریزی و توافق قبلی می‌فرستید نمی‌توانید درخواست قرارداد کنید. اما اگر توافق کردید که عکس‌های شما در شماره بعدی چاپ شود از آنها بخواهید که این قرارداد به صورت کتبی درآید. قرارداد می‌تواند با پست الکترونیکی برایتان ارسال شود.

اگر تصور می‌کنید که این درخواست از جانب یک تازه‌وارد کمی بی‌ادبانه است می‌توانید بگویید این کار به شما کمک می‌کند کارهای ارسالی خود را ثبت کنید ـ و حتماً نیز همینطور است ـ و اینکه قرارداد به هر دو طرف گوشزد می‌کند چه کاری را باید در چه زمانی انجام دهند. در غیر این صورت ممکن است بعداً با سردبیری که بهانه‌تراشی می‌کند دچار مشکل شوید.

قبل از ارسال عکس‌ها تأیید کتبی آن را دریافت کنید. امکان دارد مجله‌ای در

مورد چاپ عکس‌ها به توافق برسد و بعد بدون اطلاع شما قرارداد را ملغی کند. بیشتر اوقات چنین اتفاقی همزمان با ورود یک سردبیر جدید روی می‌دهد که همه مطالب و عکس‌های قبلی را کنار می‌گذارد.

نرخ انجام کار

هنگام انعقاد قرارداد بهتر است در مورد نرخ کارهایتان با سردبیر صحبت کنید. حتی اگر این اولین حق الزحمه‌ای است که قرار است دریافت کنید این موضوع را بازگو نکنید. هیچ‌گاه خود را یک عکاس مبتدی معرفی نکنید و توانایی خود را کم جلوه ندهید. این بدان معنا نیست که دروغ بگویید. کسی از شما چنین چیزی نمی‌خواهد. فقط کافی است سعی کنید کار خود را به همان شیوه‌ای که قصد دارید انجام دهید یعنی با اشتیاق، تخصص و شهامت ارائه کنید. هیچ سردبیری نخواهد دانست که این اولین حق‌الزحمه شماست مگر اینکه شخصاً آن را بیان‌کنید.

معمولاً صحبت در مورد نرخ کار هنگام مذاکره به عهدهٔ عکاس گذاشته می‌شود. احتمال دارد سردبیر امیدوار باشد شما چند عکس را به‌طور رایگان دراختیار نشریه قرار دهید. هیچ مسأله‌ای نباید در گفت‌وگوی شما مبهم بماند. حتماً سؤال کنید که برای هر عکس چه مبلغ و تا چه مدت پس از چاپ پرداخته می‌شود. قبل از مذاکره در این باب نرخ معمول در این حرفه را جویا شوید و به کمتر از آن رضایت ندهید. در غیر این صورت از ارزش کار خود کم می‌کنید و باعث می‌شوید پس از آن همکاران شما نیز به سختی بهای معمول کار را دریافت کنند؛ بویژه وقتی که سردبیری درپی پرداخت پول کمتری باشد.

نرخ‌ها براساس اندازه عکس و نیز محل چاپ آن در نشریه متغیر است. به عنوان مثال عکس‌های نصف صفحه، دو صفحه‌ای و یا روی جلد هر کدام نرخ

مخصوص خود را دارند و اگر نمی‌دانید چه میزان مبلغی باید مطالبه کنید با همکاران خود مشورت کنید.

هنگام فروش یک عکس به مجله در واقع حق یک بار چاپ عکس را می‌فروشید. برای هربار چاپ مجدد عکس در نسخه‌های بعدی باید بهای آن را دریافت کنید. عکس را برای همیشه از شما نمی‌خرند. مجله نیز بدون کسب اجازه و رضایت شما حق ندارد عکس‌ها را به نشریه دیگری بفروشد یا واگذار کند. شما نیز حق ندارید همان عکس‌ها را به نشریه دیگری بدهید اما فروختن عکس‌های مشابه اشکالی ندارد.

دریافت حق‌الزحمه

فهرست تمام عکس‌هایی را که فرستاده‌اید، شخص و نشریه دریافت کننده را بدقت ثبت کنید و پس از چاپ عکس، صورتحساب را برای نشریه ارسال کنید. معمولاً هیچ نشریه‌ای قبل از دریافت صورتحساب چکی برای شما ارسال نمی‌کند. از همکاری مجدد با نشریاتی که در پرداخت حق‌الزحمه شما تعلل می‌ورزند خودداری کنید. احتمال دارد که این نشریات دچار مشکلات مالی باشند و نتوانند بدهی‌های خود را بپردازند. در صورت عدم دریافت حق‌الزحمه‌تان یک اخطارنامه برای نشریه بفرستید و مهلت پرداخت را تعیین کنید و بگویید درصورتی که بدهی شما را نپردازند چاره‌ای نخواهید داشت جز اینکه در دادگاه اقامه دعوی کنید. این شیوه مطالبه حقوق معوقه بسیار ساده‌تر و کم هزینه‌تر از آن است که بیشتر افراد می‌پندارند. زیرا دیگر نیازی به مشاوره با وکیل و تنظیم یک دعوی نامه برای قاضی دادگاه نیست. البته باید مدارکی دال بر بستن قرارداد با نشریه مورد نظر و این‌که در پرداخت حق الزحمه شما قصور شده است دردست داشته باشید. این جاست که دردست داشتن مدرکی با امضای سردبیر مبنی بر

تعهد شما به ارائه تعداد مشخصی عکس و تعهد نشریه به پرداخت مبلغی معین به شما ثمربخش واقع می‌شود.

بازار نشریات را بدقت بررسی کنید. در نظر داشته باشید که بعضی مجلات عمر کوتاهی دارند و در مدت کوتاهی از بازار رقابت محو می‌شوند و مطالبات روزنامه‌نگاران ـ چه کارکنان آزاد و چه دائمی ـ را با خود می‌برند. راه‌اندازی یک مجله به مراتب آسان‌تر از ادامه کار در یک میدان رقابت تنگاتنگ است. اگر عجله دارید و می‌خواهید برای یک مجله تازه‌کار عکاسی کنید آماده عواقب آن نیز باشید. تا زمانی که حداقل از طریق مشورت با دیگران مطمئن نشده‌اید که این مجله برای مدت طولانی ادامه کار خواهد داد و سردبیر آن برای گزارش‌های ارسالی ارزش قایل است، کارهایتان را به این نشریه ارائه نکنید.

بازاریابی

هر هفته اهداف کاری خود و عکس‌هایی را که قرار است برای روزنامه‌ها و مجلات بفرستید تعیین کنید. اگر قرار است از موضوع خاصی برای یک نشریه عکاسی کنید، می‌توانید عکس‌هایی مشابه از همان سوژه را به نشریات دیگر بفروشید به شرط آن که برای هرکدام از نشریات چاپ اصلی عکس‌ها را ارسال کنید و سردبیرها را نیز در جریان آنچه فروخته‌اید قرار دهید. حتماً تمام کارهایی را که عکسبرداری می‌کنید، می‌فرستید و یا می‌فروشید ثبت کنید تا احیاناً چیزی از قلم نیفتد.

همگام با پیشرفت در حرفه خود بتدریج درمی‌یابید که در موضوع خاصی تخصص پیدا کرده‌اید یا عکس‌هایی با سوژه‌های متفاوت برای نشریات مختلف تهیه می‌کنید. ارتباطی که با کارکنان یک روزنامه محلی یا سراسری برقرار می‌کنید شاید باعث شود به‌طور منظم مأموریت‌های کاری به شما ارجاع دهند و بدین

ترتیب از کار با بقیه نشریات صرفنظر می‌کنید. در نتیجه کار شما درست مانند عکاسی خواهد بود که به استخدام رسمی روزنامه درآمده است درحالی که از مزایای یک کارمند رسمی مانند مرخصی استحقاقی و استعلاجی بهره‌مند نخواهید بود. در این صورت بهتر است با ارزیابی مجدد وضعیت خود درخواست کنید که به عنوان یک کارمند تمام وقت با حقوق ثابت استخدام شوید.

قسمت عمده کار شما احتمالاً برای خبرگزاری‌ها و روابط عمومی‌هاست زیرا این سازمان‌ها غالباً فرصت‌های کاری بسیار عالی دراختیار عکاسان می‌گذارند. اگر قصد همکاری با یک اداره روابط عمومی را دارید باید حتماً یک دوربین خوب با تجهیزات مناسب خریداری کنید، زیرا عکس‌هایی که می‌گیرید باید از کیفیت بسیار بالایی برخوردار باشند. درواقع پس از اینکه موقعیت کاری شما تثبیت شد روی یک دوربین پیشرفته سرمایه‌گذاری کنید بویژه اگر می‌خواهید تصاویر شما زینت بخش جلد روی مجلات باشد.

اگر قصد استفاده از دوربین‌هایی را دارید که عکس‌های با کیفیت و بزرگ می‌گیرند، می‌توانید کارهایتان را برای چاپ در تقویم وکارت پستال نیز ارائه کنید. این زمینه‌های کاری ارزش پیگیری دارد ولی برای موفق شدن در هر یک نیاز به پشتکار فراوان و اراده‌ای قوی دارید.

۱۰

عکاس خبری

عکس تقریباً همیشه اولین چیزی است که توجه خواننده به آن معطوف می‌شود. خوانندگان غالباً عادت دارند که چشم‌های خود را به‌طور مرتب بین عکس و متن حرکت دهند تا زمانی که معنای مستتر در هریک را به طور کامل درک کنند. (ویلسون هیکس[1]، ۱۹۷۳)

فرانک لوترمات[2] از دانشکده خبرنگاری دانشگاه میسوری[3] برای اولین بار در سال ۱۹۲۴ عبارت **Photojournalism** یا عکاسی خبری را برای توصیف شخصی که هم مهارت‌های یک عکاس و هم یک خبرنگار را دارد ابداع کرد. عبارت **Press photographer** یا عکاس مطبوعات نیز امروزه در محافل رسانه‌ای و خبری بسیار رایج است، اما دقیقاً به همان معنا نیست. عکاس مطبوعات علاوه بر گرفتن عکس وظیفه دارد اطلاعات دقیق برای شرح هر عکس بویژه اسامی افراد را به دست آورد.

---

1. Wilson Hicks 2. Frank Luther Mott 3. Missouri

می‌گویند ارزش یک عکس از هزار کلمه بیشتر است. زیرا از آن می‌توان برای بازگوکردن یک ماجرا از طریق تصاویر کمک گرفت. عکس و متن یک خبر هریک به نوبه خود مفهوم دیگری را تکمیل می‌کنند. همان‌طور که به نظر می‌رسد نوعی مشارکت بین ابزار دیداری (تصویر) و نوشتاری (متن) وجود دارد و درواقع هر یک گواهی بر دیگری است. در نگاه اول، تصاویر به ظاهر انعکاسی از واقعیت هستند اما نکته مهم این است که یک عکس ممکن است قادر به بیان حقیقت یک موضوع نباشد. بنابه دلایل متعدد، تصاویر ابزار ایده‌آلی برای ثبت و ضبط وقایع نیستند زیرا دامنه پوشش آنها توسط کادر دوربین محدود می‌شود. علاوه‌بر آن، تصاویر دوبعد دارند و تنها دیدگاه عکاس را منعکس می‌کنند. عکاس‌های خبری بر ضرورت عکسبرداری از نمای کلی یک صحنه تأکید می‌ورزند. برداشتن عکس از نمای عمومی بسیار اهمیت دارد و درواقع مشابه **Master Shot** یا نمای اصلی در فیلمبرداری سینمایی است. این عکسی است که تمام صحنه را نشان می‌دهد و مکمل عکس‌هایی است که از فواصل نزدیک گرفته می‌شوند تا جزئیات بیشتری را نشان دهند. معمولاً در عکسبرداری از حوادث به دلیل حساسیتی که نسبت به صحنه‌های دلخراش زخمی‌ها و اجساد وجود دارد، سردبیر نمای کلی را ترجیح می‌دهد. زیرا با استفاده از تصاویری این چنین می‌توان به بسیاری از سؤالات خوانندگان در مورد عکس‌ها پاسخ گفت. سؤالاتی از قبیل: حادثه درکجا به وقوع پیوست؟ چند نفر در این ماجرا درگیر بودند و عمق فاجعه چقدر است؟ یک نمای کلی تاحدودی ابعاد فاجعه را نشان می‌دهد بویژه اگر از افراد نیز عکسبرداری شود.

بسیاری از عکاسان خبری عملاً دوربین خود را تمام وقت همراه دارند حتی زمانی که سرکار نیستند. این شیوه بسیار خوبی است زیرا یک رویداد خبری احتمال دارد در هر زمان و هر مکان اتفاق بیفتد. اولین تصاویر از بمب‌گذاری کافه

بریکستون[1] در آوریل ۱۹۹۹ توسط عکاسی برداشته شد که در همان نزدیکی مشغول خرید بود. باوجود احتمال خطر انفجار یک بمب دیگر، او موفق شد قبل از رسیدن گروه‌های امداد و نجات عکس‌های خوبی شکار کند. بااین وجود عکاسی هنر چندان دقیقی هم نیست و تا قبل از ظهور فیلم تشخیص تصاویر قابل استفاده امکان‌پذیر نخواهد بود. گرفتن عکس‌های خوب به همان میزان که به مهارت و تجربه بستگی دارد می‌تواند کاملاً وابسته به شانس و اقبال باشد. هنگام وقوع حوادث غیرمترقبه، عکاس وقت ندارد سوژه را در حالت مناسب قرار دهد و باید شم عکاسی خود را به کار گیرد تا بتواند بموقع عکس العمل نشان دهد.

همیشه در دوربین خود یک حلقه فیلم نوبگذارید و هرگز فیلمی را که مقداری از آن استفاده شده داخل دوربین نگه ندارید. دوربین‌های کوچک با قابلیت تنظیم خودکار مناسب‌ترند، زیرا در مواقع اضطراری عکاس دیگر نیازی به تنظیم دریچه نور و یا تعویض عدسی ندارد.

برای گزارش یک حادثه رقت‌انگیز هیچ نیازی نیست که از خون و خونریزی عکاسی کنیم. درواقع تصاویر بسیار مشروح که جزئیات حادثه مانند افراد زخمی و یا اجساد را نشان می‌دهند در بیشتر روزنامه‌ها استفاده نمی‌شوند. عکاسان معمولاً در موقعیت‌هایی که افرادی کشته یا زخمی شده‌اند مورد حمله واقع می‌شوند. در هرج و مرجی که به دنبال بروز حوادث و سوانح حاکم می‌شود، دیدن عکاسی که از کشته‌ها و مجروحین عکس می‌گیرد می‌تواند بازماندگان و یا شاهدان صحنه را تحریک کند تا به سبب آنچه ایجاد مزاحمت در شرایط بحرانی با هدف بهره‌مندی شخصی به نظر می‌رسد به عکاس حمله‌ور شوند. با این وجود گاهی همین حملات لفظی یا برخوردهای فیزیکی است که به ارزش خبری یک عکس می‌افزاید.

---

1. **Brixton**

یک مثال:

بیشتر روزنامه‌های لندن هنگام پوشش اخبار مربوط به بمب‌گذاری در کافه بریکستون عکس سیاه و سفیدی را از دو مرد در حال رسیدگی به دوست زخمی خود در وسط خیابان خیس چاپ کردند. آنچه باعث شد این تصویر جلوه خاصی پیدا کند این بود که یکی از آن دو مردی که در حال ارائه کمک‌های اولیه بود انگشت اشاره خود را با حالتی سرزنش‌آمیز به سمت دوربین نشانه گرفته بود. این عکس حالت خشم و غضبی را که درست پس از انفجار بمب به وجود آمده در اشاره انگشت آن مرد و حالت چهره او بخوبی ثبت کرده بود.

سیاه‌وسفید بودن تصویر، خشونت و واقعیت آن را ملموس‌تر می‌کند. عکاسی سیاه‌وسفید همچنین رنگ خون را خنثی می‌کند. احتمالاً اگر عکس رنگی بود به دلیل حساسیتی که در مورد تصاویر رقت‌انگیز وجود دارد غیرقابل استفاده می‌شد. تحت چنین شرایطی عکاس نباید برای گرفتن عکس از افراد کسب اجازه کند و یا بعد از عکاسی اسم و مشخصات آنها را سؤال کند. بلکه بهتر است محتاطانه و مخفیانه در مورد وضعیت مجروح پرس‌وجوکرده بدین ترتیب برای یک گزارش تکمیلی سوژه‌ای نیز به‌دست آورد.

مثالی دیگر:

در نوامبر سال ۱۹۹۹ بلافاصله پس از برخورد دو قطار مسافربری در انگلستان، پلیس یک منطقه ممنوعه در اطراف محل حادثه و تا ارتفاع ۲۰۰۰ پایی با هدف جلوگیری از عکسبرداری هوایی تعیین کرد. در شرایطی این چنین، روزنامه‌نگاران نیز داخل محوطه ممنوعه نمی‌شوند. از آنجا که صحنه برخورد از داخل خیابان دیده نمی‌شد، گروه‌های عکاسی نشریات به دنبال تصاویر هوایی و یا

عکس‌هایی بودند که از ساختمان‌های مرتفع گرفته شده باشد. جالب توجه آن که آپارتمان عکاسی به نام مارکو دیدا[1] درست مشرف به صحنه تصادف بود و او موفق شد تا اولین عکس‌ها را از واگن‌های واژگون شده و در حال سوختن و بازماندگانی که از میان خرابه‌های قطار بیرون می‌آمدند بگیرد. او بعداً این عکس‌ها را با تصاویری که از طبقه همکف گرفت تکمیل کرد. سپس با روزنامه ایونینگ استاندارد[2] تماس گرفت و عکس‌ها در اسرع وقت چاپ شد. این بار نیز نمای کلی تصادف که از پنجره آپارتمان خود گرفته بود اهمیت زیادی پیدا کرد زیرا ابعاد حادثه را بخوبی نشان می‌داد. عکس‌های دیگر در مورد کمک‌های انساندوستانه و عملیات نجات و انتقال مجروحین به آمبولانس‌ها بود. همیشه باید یک تعادل منطقی بین محتوای عکس‌ها وجود داشته باشد. مردم می‌خواهند هم عمق فاجعه و هم وحشت و اضطرابی را که به وجود آمده مشاهده کنند. اما ترکیب تصاویر و متن نباید با بیان مطالبی که جز ایجاد وحشت و اضطراب ارزش دیگری ندارد باعث ناراحتی خوانندگان شود. بنابراین تصاویری از امدادگران شجاع و بازماندگان حادثه، پیامدهای منفی حاصل از تصاویر شعله‌های آتش و دود را که از واگن‌های مخروبه قطار برمی‌خیزد خنثی می‌کند.

البته منظور این نیست عکس‌هایی که جزئیات حوادث را نشان می‌دهند در هیچ روزنامه‌ای در دنیا چاپ نمی‌شوند. به عنوان مثال در سریلانکا که سال‌های متمادی درگیر جنگ داخلی بوده است روزنامه‌ها عکس‌های رنگی و واضحی از اجساد چریک‌های وابسته به گروه ببرهای تامیل[3] که مواد منفجره را به خود بسته و در خیابان‌ها عملیات انتحاری انجام می‌دادند بارها در صفحات اول خود چاپ

---

1. Marco Deidda 2. Evening Standard 3. Tamil Tigers

کرده‌اند. اما چه چیز روزنامه‌نگاران را وامی‌دارد تا هنگام گزارش جنگ‌ها و حوادث به قوانین نانوشته گردن نهند؟

جنگ ویتنام

بسیاری از این قراردادهای نانوشته در مورد جنگ هنگام پوشش اخبار مربوط به دخالت نظامی آمریکا در ویتنام بین سال‌های ۱۹۶۲ و ۱۹۷۵ شکل گرفت. جنگ ویتنام شاهد افزایش بی‌سابقه‌ای در استفاده از اخبار و تصاویر مشروح و رقت‌انگیز بود که تأثیر غیرقابل انکاری بر اذهان عمومی در سراسر دنیا گذاشت. از بین هزاران تصویری که بین سال‌های ۱۹۶۲ و ۱۹۷۵ گرفته و چاپ شد، به یاد ماندنی‌ترین آنها مربوط به یک راهب بودایی بود که در سال ۱۹۶۳ در یک تظاهرات خیابانی در اعتراض به جنگ خودسوزی کرد. تصاویر اعدام یک مرد ویتکنگ[1] در ملاءعام در سال ۱۹۶۹، کشتار جمعی در مای لای[2] که در سال ۱۹۶۹ چاپ شد و نیز در سال ۱۹۷۲ و اواخر جنگ دخترکی که صورتش بشدت سوخته بود و از بمباران ناپالم فرار می‌کرد از جمله تصاویر به یاد ماندنی دیگر بود.

اگرچه اخبار و تصاویر مربوط به جنگ به‌طور وسیعی از تلویزیون پخش می‌شد، بیشترین تأثیر مربوط به عکس‌هایی بود که در نشریات سراسر دنیا به چاپ می‌رسید. یک عکاس خبری هنگام جنگ یکی از سخت‌ترین و یقیناً خطرناک‌ترین وظایف را به‌عهده دارد. به گفته خبرنگاران حرفه‌ای هدف خبرنگار، ثبت درد و رنج جنگ برای تمام کسانی است که به نوعی درگیر آن هستند، اما به‌طور مستقیم نمی‌جنگند. وظیفه عکاس خبری ارائه عکس‌هایی است که تاحد

---

1. Vietcong 2. My Lai

امکان شرایط دردناک جنگ را به تصویر می‌کشد.

حتی قبل از اینکه آمریکا به طور تمام عیار درگیر جنگ شود، خبرگزاری‌های مختلف در ویتنام عکس‌های بسیار رقت‌انگیزی را از تأثیر جنگ‌افزار مدرن بر افراد غیرنظامی برای مطبوعات آمریکایی مخابره می‌کردند. به یادماندنی‌ترین آنها عکسی بود که «مالکوم براون[1]» از خودسوزی یک راهب برداشته بود. تصاویر وحشتناکی از این دست بین سالهای ۱۹۶۲ و ۱۹۶۵ به صورت پراکنده در مطبوعات غربی استفاده می‌شد و همین امر باعث شد تا از خبرنگاران جنگی چون «جیمز کامرون[2]» و «هریسون سالیسبوری[3]» آمریکایی در کشورهای غربی به عنوان خائن یاد شود. علیرغم این مسأله خبرگزاری‌هایی که در جنوب ویتنام فعالیت می‌کردند تمام هم و غم خود را بر این گذاشتند که توجه مردم دنیا را به این جنگ جلب کنند، بویژه آنکه آمریکا در این دوره شروع به اعزام مشاوران نظامی خود به ویتنام کرد. عکسی که براون از خودسوزی راهب بودایی گرفت، حتی روی میز کار رئیس جمهور «جان اف کندی[4]» در کاخ سفید نیز مشاهده شد. چه بسا همین عکس باعث شده تا کندی نیروهای بیشتری به ویتنام اعزام کند.

برای بسیاری از عکاسان جنگ، ثبت صحنه‌هایی از کشته شدن و رنج‌هایی که انسان‌های دیگر متحمل می‌شوند بسیار سخت و طاقت فرساست. هرچه باشد ایجاد مزاحمت برای افرادی که غرق در غم و غصه‌های خود هستند چندان توجیه‌پذیر به نظر نمی‌رسد. در سال ۱۹۷۰ عکاس خبری به نام «لاری باروز[5]» در یک مصاحبه تلویزیونی با شبکه خبری بی بی سی گفت:

---

1. Malcolm Browne 2. James Cameron 3. Harrison Salisbury
4. John F. Kennedy 5. Larry Burrows

«بسیاری اوقات با خود می‌اندیشم آیا من حق دارم از درد و رنج دیگران بهره‌برداری کنم؟ خیلی وقت‌ها چنین احساسی دارم. اما بعد افکار منفی خودم را با این استدلال توجیه می‌کنم که اگر من بتوانم نقش هرچند کوچکی در کمک به ایجاد آگاهی از شرایط سخت این آدم‌ها داشته باشم، پس دلیل موجهی برای انجام این کار دارم.»

لاری باروز در سال ۱۹۷۱ به همراه چند روزنامه‌نگار دیگر در جریان تیراندازی و سقوط هلیکوپتر در لائوس[1] کشته شد.

اگرچه مطبوعات آمریکایی از ابتدا دخالت نظامی در ویتنام راکاری قابل قبول جلوه داده بودند (از این کار به عنوان یک مبارزه اخلاقی یاد می‌شد)، انتشار مکرر تصاویر اجساد، سربازان زخمی و درحال مرگ آمریکایی در جهت دهی افکار عمومی بسیار مؤثر واقع شد. اما انتشار عکسی از اعدام مردی در یکی از خیابان‌های سایگون[2] بیش از هر چیز دیگری مردم آمریکا را متقاعد کرد که جنگ ویتنام هیچ شباهتی به یک مبارزه اخلاقی ندارد.

«اعدام» ـ آن‌گونه که این عکس نام گرفت ـ توسط یک عکاس خبری به نام «ادی آدامز[3]» ثبت شد در حالی‌که او حتی فکرش را هم نمی‌کرد که آن اسیر جنگی در مقابل دوربین او تیرباران خواهد شد. از اعدام این زندانی فیلمبرداری هم شده بود و تصاویر آن از تلویزیون‌های سراسر دنیا پخش شد، اما تأثیر عکس سیاه و سفید بر اذهان عمومی به مراتب عمیق‌تر بود.

در نظر مردم آمریکا تصویر تکان‌دهنده‌ای که نشان می‌داد یک ژنرال ویتنامی چگونه مردی را بدون محاکمه اعدام می‌کند بکلی غیرقابل قبول بود. این عکس

---

1. Laos 2. Saigon 3. Eddie Adams

احتمالاً بیش از تمام عکس‌های دیگر نظر مردم و مطبوعات را نسبت به این جنگ تغییر داد. اندکی بعد از انتشار این عکس آمریکا مجبور شد بخش اعظم نیروهای خود را از ویتنام خارج کند و این در نتیجه اعتراضات گسترده‌ای بود که در آمریکا و نقاط مختلف جهان برای پایان دادن به دخالت آمریکا در ویتنام صورت گرفت.

علیرغم تلاش مفرط عکاسان خبری و خبرگزاری‌ها در ویتنام، اکثر تصاویر تکان دهنده‌ای که از جنگ گرفته شد بویژه آنها که قربانیان ویتنامی را نشان می‌داد هرگز به چاپ نرسید. تصاویر هولناک از غیرنظامیان هراسان در روستای «مای لای» که بیشتر آنان زنان و کودکانی بودند که قبل از کشته شدن به ضرب گلوله آمریکایی‌ها در آغوش یکدیگر در جوی آب پناه گرفته بودند، تا یک سال بعد از آن فاجعه چاپ نشدند.

در طول جنگ ویتنام خبرنگاران غربی به‌آسانی می‌توانستند به تمامی مناطق جنگی دسترسی پیدا کنند. این روزنامه‌نگاران از ملیت‌های مختلف و مورد تأیید وزارت دفاع آمریکا بودند و به آنها درجات افتخاری اعطا می‌شد. آنها می‌توانستند از ناوگان پرواز روزانه یک هلیکوپتر انتخاب کنند و این کار به سادگی کرایه کردن یک تاکسی بود. بدین ترتیب این روزنامه‌نگاران به دسته‌های نظامی درگیر در جنگ می‌پیوستند. عکاسان خبری غیرمسلح، بیشتر مواقع احساس امنیت می‌کردند و به کمک دوربین‌های خود از گلوله و وحشت جنگ در امان بودند. آنان برای عسکبرداری یا تهیه گزارش با هیچ محدودیتی مواجه نبودند و هنگام بازگشت به پایگاه، غالباً در محل سکونت افسران اسکان می‌یافتند. اما بهایی که روزنامه‌نگاران برای این آزادی پرداختند بسیار گزاف بود. در حدود ۲۰۰ گزارشگر از هر دو طرف و از ملیت‌های مختلف کشته شدند و بسیاری دیگر زخمی شدند یا به اسارت درآمدند. برای کسانی که از جنگ جان سالم به در بردند،

اشتغال درکارهای آرام و بی‌جنب‌وجوش به دلیل فشارهای روانی که متحمل شده بودند بسیار دشوار بود. امروز یک بنای یادبود کوچک که توسط یک عکاس ویتنامی در سایگون ساخته شده تنها تلاشی است که برای بزرگداشت خبرنگاران جان باخته در جنگ صورت گرفته است. پس از آن روزنامه‌نگاران غربی دیگر هرگز آنچنان آزادانه به پوشش اخبار جنگ نپرداختند و هیچ‌گاه از چنان تصاویر هولناکی برای نشان دادن خشونت جنگ استفاده نکردند.

تصاویر «غیرممکن»

یکی از متداول‌ترین تصاویری که از اخبار تلویزیون پخش می‌شود عکاسان مطبوعاتی را نشان می‌دهد درحالی که در تلاشی بیهوده و دوربین به دست درپی شکار تصاویر از زندانیانی هستند که در خودروهای مخصوص زندان با پنجره‌های تیره از دادگاه به محل محکومیت خود منتقل می‌شوند. در اکثر موارد نتیجه تلاش برای عکسبرداری از مجرمین چیزی نیست جز تصاویر سیاهی که کاملاً غیرقابل استفاده است. داخل این خودروها معمولاً به چند بخش جداگانه تقسیم شده است و عکاس نمی‌تواند به درستی حدس بزند که زندانی مورد نظر داخل کدام قسمت قرار گرفته است. همچنین نوار سیاهی که پنجره‌ها را پوشانده نور فلاش دوربین را منعکس می‌کند و دقیقاً به این منظور طراحی شده که عکاسان نتوانند از مجرمین عکس بگیرند. تلاش برای گرفتن چنین تصاویری معمولاً آخرین راه است اما در بعضی موارد نتیجه بخش است.

یک مثال:

عکسی که از پنجره خودرو زندان گرفته شده بود پس از تغییرات زیادی که

توسط رایانه روی آن انجام گرفت سرانجام قابل استفاده در روزنامه شد. «مایکل والتر[۱]» عکاس انجمن مطبوعات بریتانیا موفق شد از سیاستمداری به نام «جاناتان آیتکن[۲]» هنگامی که وی را به زندان منتقل می‌کردند عکسی بگیرد. اگرچه انعکاس فلاش در پنجره‌های سیاه در تصویر دیده می‌شد اما آن عکس با کمک نرم‌افزاری رایانه‌ای به طرز معجزه‌آسایی اصلاح شد و تصویر مجرم درحالی که برای شروع دوران محکومیت خود روانه زندان بود بوضوح دیده می‌شد.

تصاویر چهره‌های سرشناس

بدون تردید تمام عکس‌های خبری مربوط به حوادث و سوانح نمی‌شوند. مثلاً جشن‌های ازدواج چهره‌های سرشناس در کشورهای غربی را معمولاً از قبل با رسانه‌ها هماهنگ می‌کنند و مطبوعات و رسانه‌ها برای پوشش انحصاری چنین مراسمی مبالغ هنگفتی می‌پردازند. اشخاص سرشناسی که مایلند جشن ازدواج آنها به صورت خصوصی و بدون درج خبر برگزار شود غالباً از مزاحمت مطبوعات درامان می‌مانند مگر اینکه یکی از نزدیکان خبر را به گوش مطبوعات برساند. پوشش خبری جشن ازدواج افراد مشهور در انگلستان به صورت کار اختصاصی برخی مجلات درآمده است که تلاش می‌کنند با پیشنهاد قیمت‌های بالاتر حق پوشش اخبار مراسم را به طور اختصاصی از آن خودکنند. این مجلات نه تنها مبالغ گزافی می‌پردازند بلکه امور دیگر جشن از جمله مسایل امنیتی و حفاظتی را برعهده می‌گیرند تا مانع از ورود خبرنگاران دیگر رسانه‌ها و دسترسی آنها به تصاویر و اخبار شوند. با این حال چنین اقدامات حفاظتی سختی می‌تواند

---

1. Michael Walter 2. Johnathan Aitken

نتیجه عکس داشته باشد زیرا روزنامه‌های دیگر ممکن است به تلافی آن، تصاویر و اخبار مخفیانه‌ای از مراقبین امنیتی خشن و مأمورین روابط عمومی به چاپ برسانند که در مجموع به محبوبیت چهره‌های سرشناس نزد افکار عمومی لطمه‌می‌زند.

تصاویر ورزشی

هنگامی که در سال ۱۹۹۹ تاریخ مسابقه بین «لنوکس لوئیس[1]» از انگلستان و «اواندر هالی فیلد[2]» آمریکایی برای کسب مقام قهرمانی مشتزنی سنگین وزن جهان اعلام شد، خبرنگاران ورزشی در هر دو کشور خود را برای پوشش این رقابت آماده کردند. از آنجا که این مسابقه قرار بود در آمریکا برگزار شود، شماره روز شنبه روزنامه‌های انگلیسی قبلاً برای چاپ رفته بود.

در چنین مسابقات مهم ورزشی امکانات بسیار خوبی دراختیار عکاسان و خبرنگاران قرار می‌گیرد و برگزارکنندگان مکان‌های مختلفی را در کنار رینگ مشتزنی و یا مشرف به آن به خبرنگاران اختصاص می‌دهند. همچنین یک اتاق ویژه مطبوعات در نزدیکی محل مسابقه با امکانات مختلف از جمله رایانه برای آنان در نظر گرفته می‌شود. هدف از این کار فراهم کردن موقعیت مناسب برای عکاسان خبری است تا بتوانند مسابقه را بوضوح ببینند و عکسبرداری کنند. با این حال اختصاص یک مکان خاص به عکاس اجازه نمی‌دهد تا او آزادانه از بخش‌های دیگر مسابقه عکاسی کند زیرا جای کمی برای حرکت کردن وجود دارد. درست مانند بلیت تئاتر است که اگر در موقعیت نامطلوبی گرفتار شوید

1. Lennox Lewis   2. Evander Holyfield

چاره‌ای جز تحمل آن نیست و بنابراین عکاس باید تا حدود زیادی برای گرفتن عکس‌های خوب به شانس خود اتکا کند.

هنگامی که مسابقه شروع می‌شود، عکاسان معمولاً قبل از گرفتن عکس صبر می‌کنند ببینند مبارزه به چه سمتی پیش می‌رود. در این مورد خاص گرفتن عکس از نمای کلی چندان ضروری نیست. اما تصاویری از حرکات مشتزن‌ها و برنده مسابقه که دستش را بالا گرفته‌اند سوژه‌های بسیار خوبی برای عکس‌های مطبوعاتی هستند. درواقع این قاعده کلی عکسبرداری از مسابقات ورزشی است. تصاویری که از حرکات مشتزن‌ها گرفته می‌شوند بسیار اهمیت دارند. مثلاً نمایی از ضربه‌ای که به سر حریف زده می‌شود و یا ناراحتی و دردی که بر چهره آنان نقش می‌بندد. هنگامی که یکی از مشتزن‌ها بر دیگری غلبه می‌کند دوربین‌ها روی او متمرکز می‌شود. معمولاً فرصت برای شکار عکس‌های به یاد ماندنی معادل کسری از ثانیه است و در چشم برهم زدنی از دست می‌رود. حرکت مشتزن‌ها آن‌قدر سریع است که غیرممکن است بتوان از داخل چشمی دوربین حساب کرد کدام لحظه برای ثبت تصویر بهترین است. در این جا نیز شانس نقش مهمی بازی می‌کند. حساسیت کار به قدری بالاست که این گفته به صورت یک ضرب‌المثل درآمده است: «هنگامی که صحنه‌ای را در چشمی دوربین می‌بینید معنایش این است که سوژه از دست رفته است.» موفقیت عکس‌های ورزشی تاحد زیادی به شانس بستگی دارد اما این شانس را می‌توان با تکیه به دست‌های ماهر و با تجربه یک عکاس و استفاده از لوازم حرفه‌ای افزایش داد. شانس به عنوان یک عامل موفقیت از ارزش مهارت عکاس نمی‌کاهد زیرا برای اینکه عکس خوب از آب دربیاید به هردو عامل نیاز است. هنگامی که مسابقه به پایان می‌رسد، ثبت لحظه‌ای از برندهٔ خوشحال و بازندهٔ مأیوس رضایت دبیر عکاسی را جلب می‌کند

اما درواقع برای یک گزارش تصویری خوب عکسبرداری از لحظه‌های تکرارنشدنی مسابقه است که ارزش زیادی دارد. عکاسان ورزشی معمولاً به دنبال تصاویری هستند که به هیچ وجه کلیشه‌ای نباشد: مثلاً تصویر دستکش یک مشتزن که روی چانه حریف فرود می‌آید و یا توپی که با ضربه مستقیم داخل دروازه می‌رود. شکار آن لحظه که نشان‌دهنده عزم راسخ ورزشکاری در یک فضای خاص است اهمیت ویژه‌ای دارد. از هزاران عکسی که گرفته می‌شود تنها یکی بیانگر عینی ماجراست.

۱۱

عکاس مطبوعات

مسئوولیتی که یک عکاس مطبوعات برعهده دارد بسیار سنگین است. درحالی که نویسنده می‌تواند برای شرح ماجرا مقدمه‌چینی کند و سؤال‌های مختلفی مطرح کند، یک عکاس برای گزارش وقایع وظیفه بسیار دشوارتری برعهده دارد. عکس به منزله تنها جمله‌ای است که یک عکاس می‌تواند بیان کند و اگر بنا به هر دلیلی عکس خوب از آب درنیاید یا چاپ نشود، دیگر خیلی دیر شده و نمی‌توان به عقب بازگشت و از همان سوژه دوباره عکس گرفت.

همچنین در موقعیت‌هایی مثل شورش، ناآرامی و جنگ، عکاسان تاحد زیادی در معرض حمله قرار دارند، با این حال باید هنگام مواجهه با سوژه، پشت دوربین خود پنهان بمانند. درواقع این پناه‌گرفتن در پشت دوربین به عکاس این احساس را می‌دهد که از خطر در امان است درست مثل اینکه دوربین سپری است که وی را در برابر دنیای مقابل محافظت می‌کند.

البته تمام عکس‌های مطبوعاتی به جنگ و ناآرامی مربوط نمی‌شود. درواقع

بیشتر عکاسان مطبوعاتی هرگز با چنین ماجراهای هیجان‌انگیزی روبه‌رو نمی‌شوند. بخش عمده کار عکاسان مربوط به لحظاتی از زندگی روزمره اشخاص مشهور و افراد عادی است که در خبرها مطرح می‌شوند. در حقیقت در مورد اول می‌توان گفت که بدون وجود عکاس‌ها وجود چهره‌های سرشناس، کمتر معنا پیدا می‌کند زیرا یک عکس خوب می‌تواند به افرادی که ممکن است خصوصیات چشمگیر و استثنایی نداشته باشند، جلوه بیشتری ببخشد.

معمولاً هنوز یک مأموریت کاری کاملاً به اتمام نرسیده که باید کار بعدی را شروع کرد. به نظر می‌رسد برنامه روزانه عکاس مطبوعاتی مجموعه مستمر و بی‌پایان کارهایی است که شاید چندان رضایت‌بخش نباشند. در میان حجم عظیم کار پرزحمت و پیش پاافتاده روزانه نیز، بنابه آنچه ماهیت خبر ایجاب می‌کند، جریانات مهیج غیرمنتظره‌ای اتفاق می‌افتد و عکاس را نیز مانند تمام روزنامه‌نگاران دیگر با مخاطرات بزرگی روبه‌رو می‌کند.

در این فصل عبارت عکاس مطبوعاتی[1] در مقابل عبارت عکاس خبری[2] به‌کار رفته است. در حقیقت هر دو عبارت به یک حرفه واحد اشاره می‌کنند اما در این فصل به منظور توصیف کارهای عکاسانی که مستقیماً به عنوان کارمندان رسمی روزنامه مشغول کار هستند از عبارت عکاس مطبوعاتی استفاده شده است تا با مطالبی که درباره عکاس خبری آزاد مطرح شد تداخل پیدا نکند.

ضرورت آموزش

یک تفاوت عمده کار عکاس در مقایسه با خبرنگار روزنامه این است که

---

1. Press Photographer 2. Photogournalist

عکاس باید علاوه بر مهارت‌های ذاتی که لازمه روزنامه‌نگاری است، قبل از فشار دادن دکمه دوربین و ظاهرکردن فیلم توانایی تشخیص یک عکس خبری خوب را داشته باشد.

در سال‌های اخیر تعداد عکاسانی که به استخدام رسمی روزنامه‌ها درمی‌آیند کاهش یافته است و فرصت‌های شغلی برای عکاسان به مراتب کمتر از نویسنده‌هاست. دو دلیل عمده برای این موضوع وجود دارد: کاهش هزینه‌ها و ظهور ویژگی جدیدی به نام چند مهارتی بودن نیروی کار. برخی روزنامه‌ها دوربین‌هایی دراختیار خبرنگاران خود قرار می‌دهند تا علاوه‌بر وظایف معمول خود به عکاسی نیز بپردازند. همچنین خبرگزاری‌ها و عکاسان آزاد، کمبود حاصل از کار عکاسان روزنامه‌ها را جبران می‌کنند.

به همین منظور افراد علاقه‌مند به عکاسی مطبوعاتی باید قبل از شرکت در دوره‌های آموزشی و یا حتی تقاضای اولین شغل، با دقت برای خود یک برنامه کاری تنظیم کنند. جالب اینکه امروزه تقاضا برای عکس‌های رنگی خبری با کیفیت بالا به مراتب بیش ازگذشته است. به همین ترتیب، تقاضا برای پیوستن به حرفه روزنامه‌نگاری نیز از هر زمان دیگری بیشتر شده و رقابت به شکل بسیار فشرده‌ای درآمده است. خوب است که در مورد آینده کاری خود از قبل برنامه‌ریزی کنید و نحوه پیشرفت در این حرفه را طراحی کنید. فکر کنید که مایلید برای کدام روزنامه‌ها کار کنید، با چه کسانی همکار شوید و چه مکان‌هایی راببینید.

سردبیر معمولاً عکاس روزنامه را از میان متقاضیانی که قبلاً دوره‌های مقدماتی عکاسی خبری راگذرانده‌اند یا فارغ التحصیلان دبیرستان و دانشگاه که قادر باشند یک دوره آزمایشی را پشت‌سر گذاشته، گواهینامه لازم را دریافت کنند، انتخاب می‌نماید. آن دسته از افرادی که همزمان با کار در روزنامه در دوره‌های آموزشی نیز

شرکت می‌کنند، علاوه‌بر یادگیری مباحث تئوری در دانشکده عکاسی، حقوق، روزنامه‌نگاری و شیوهٔ نوشتن شرح عکس را نیز به‌طور عملی می‌آموزند.

داوطلبان باید مجموعه‌ای از کارهای عملی را که نشان دهنده استعداد و مهارت آنان در عکاسی است ارائه کنند و تکالیفی را که از روی کارهای روزمره یک عکاس شبیه‌سازی شده در مدت زمان محدودی انجام دهند.

نمونه کار

قبل از تماس با سردبیر یک نشریه ابتدا مجموعه‌ای از نمونه کارهای خود را که نشان‌دهنده دانش و مهارت شما در زمینه عکاسی است گردآوری کنید. بهتر است که این عکس‌ها مضمون مطبوعاتی داشته باشند. مثلاً تصویری از تیم آتش‌نشانی که در حال نجات گربه‌ای از بالای درخت هستند و یا عکس‌هایی از لحظات حساس یک مسابقه فوتبال که مستقیماً از کنار زمین بازی گرفته‌اید. فارغ التحصیلان دبیرستان و دانشکده می‌توانند از وقایع تحصیلی مانند مسابقات ورزشی تا افراد سرشناس و مراسم اهدای جوایز گزارش تصویری تهیه کنند. داوطلبان کارآزموده باید مجموعه‌ای از عکس‌های سیاه‌وسفید و رنگی تهیه کنند که هریک به نوعی به شخصیت‌های خبری مربوط می‌شود. تصاویری ماهرانه از مناظر یا چهره افراد ممکن است نشان دهندهٔ مهارت عکاس باشد اما یقیناً مهارت او را به عنوان یک عکاس مطبوعاتی به اثبات نمی‌رساند.

گردآوری چنین مجموعه‌ای نیاز به زمان، تلاش و صرف هزینه دارد. مجموعه‌های خوب معمولاً تلفیقی از عکس‌های چاپ شده و فیلم اسلاید است که در پوشه‌ای قرار داده می‌شوند تا بتوان براحتی آن را ورق زد. عکس‌های چاپ شده را باید روی مقوای سفیدی که داخل محفظه‌های پلاستیکی قرار داده می‌شوند

گذاشت. پوشه‌هایی که استفاده می‌کنید باید دقیقاً به همین منظور طراحی شده باشند. این پوشه‌ها را می‌توانید از فروشگاه‌های لوازم هنری یا عکاسی تهیه کنید. فروشندگان نیز می‌توانند شما را برای ارائه بهتر کارهایتان راهنمایی کنند.

اگر عکس‌هایتان قبلاً چاپ شده‌اند باید بریده نشریات یا فتوکپی نسخه‌های چاپ شده را نیز ضمیمه کنید. اگر تعداد بریده‌های روزنامه زیاد است می‌توانید از دفترچه‌های مخصوصی که برای نگهداری آنها طراحی شده استفاده کنید. ممکن است هزینه این کار زیاد باشد اما چنانچه می‌خواهید به کارفرمای آینده خود نشان دهید که در کار خود حرفه‌ای هستید، صرف چنین هزینه‌ای معقول است.

اسلایدهای رنگی را می‌توان در برگه‌های شفافی که جای مخصوص اسلاید دارند قرار داد. با استفاده از یک برنامه نرم‌افزاری که روی رایانه خود نصب می‌کنید می‌توانید برای عکس‌هایتان شرح مناسب بنویسید.

با ارائه تصاویر به شکلی حرفه‌ای به سردبیر نشان می‌دهید که نه تنها می‌توانید عکس‌های خوبی بگیرید بلکه مهارت ارائه عکس به شیوه مناسب را نیز دارید. این نکته بویژه در حرفه روزنامه‌نگاری از اهمیت بالایی برخوردار است زیرا نحوه ارائه تصویر در انتقال پیام آن نقش بسزایی ایفا می‌کند.

هرگز وسوسه نشوید که برای راحتی کار فتوکپی تصاویر را ارسال کنید. به غیر از بریده‌های روزنامه، حدود ۲۰ تا ۳۰ عدد از بهترین کارهای اصلی خود را در این مجموعه قرار دهید. کارهای جدید خود را نیز اضافه کنید و سعی کنید این عکس‌ها به نوعی با روزنامه‌نگاری در ارتباط باشند. در مورد اینکه چرا آن گروه از عکس‌ها را به عنوان بهترین کارهای خود انتخاب کرده‌اید بیندیشید تا اگر از شما دلیل علاقه به یک عکس خاص را پرسیدند، بتوانید نکاتی را که در مورد سایه روشن تصویر، سوژه و یا ترکیب آن در نظر دارید بیان کنید.

مصاحبه شغلی

هنگامی که برای مصاحبه به نشریه‌ای دعوت می‌شوید، حتماً بموقع در محل مورد نظر حاضر شوید و نام شخص یا اشخاص مصاحبه‌کننده و مقام آنها در روزنامه را از قبل سؤال کنید. مثلاً خانم «الف» دبیر گروه عکاسی. لباس مرتب و رسمی بپوشید. پوشیدن لباس کار و جلیقه عکاسی که جیب‌های آن پر از فیلم و عدسی باشد ضروری نیست. چنانچه موفق شدید و به استخدام درآمدید، ظاهر آراسته و مناسب خود را در همه حال حفظ کنید زیرا شما در هر مکانی نماینده نشریه خود هستید. هیچ نیازی نیست که دوربین به گردن به مصاحبه بروید مگر اینکه صراحتاً از شما چنین خواسته شود. با این حال می‌توانید برای اینکه نشان دهید همیشه برای عکاسی از سوژه‌های خبری با ارزش آماده هستید یک دوربین اتوماتیک کوچک در جیب کت خود داشته باشید. (فراموش نکنید که دوربین باید همواره فیلم داشته باشد تا آمادگی صحبت کردن در مورد فواید دوربین اتوماتیک و فیلمی را که انتخاب کرده‌اید داشته باشید.) نکته حائز اهمیت اینکه مصاحبه شونده را هرچقدر هم که رفتار او دوستانه باشد، با اسم کوچک خطاب نکنید. بهترین روش این است که از خطاب کردن افراد به نام چه به صورت رسمی و چه غیر رسمی خودداری کنید. سعی کنید تاحد امکان دقیق و هشیار باشید درست همان‌گونه که روزنامه‌نگاران باید باشند.

مجلات

مجله‌ها برای عکاسانی که قصد شروع کار به صورت حرفه‌ای دارند، فرصت‌های منحصر به فردی فراهم می‌کنند. شغل‌های دائمی را معمولاً مجلات بزرگتر و معتبرتر ارائه می‌کنند. چنانچه عکاسی برای مقاله و گزارش برای شما جالب باشد، فرصت‌های شغلی خبری برایتان فراهم می‌شود.

گروه عکاسی نشریه

عکاسان روزنامه مستقیماً تحت نظارت دبیر گروه عکاسی یا عکاس ارشد کار می‌کنند که آنها نیز به‌نوبه خود زیر نظر سردبیر فعالیت می‌کنند. گروه عکاسی مجموعه‌ای از افراد است. متناسب با گستردگی کار روزنامه، معاون و دستیار دبیر کارهای مختلفی از قبیل نوشتن مأموریت‌های عکاسان در دفترچه مخصوص، تهیه ابزار و لوازم عکاسی، انتخاب و ظاهر کردن فیلم‌ها، بریدن و تمیز کردن عکس‌ها و برقراری ارتباط با عکاسان آزاد، خبرگزاری‌ها و سازمان‌های دیگر را برعهده دارند. هرچه روزنامه از لحاظ سازمانی کوچکتر باشد، گروه عکاسی آن نیز کوچکتر است اما به هرحال ماهیت کار یکی است. وظایف بخش عکاسی جدای از تحریریه نیست. درواقع دبیران گروه‌های عکاسی و خبری باید با یکدیگر ارتباط تنگاتنگ داشته باشند و تلاش‌های هماهنگی در جهت یافتن گزارش‌های خبری انجام دهند. در اکثر موارد این دو تیم یک دفترکار مشترک دارند.

وظایف کاری

مأموریت‌های کاری عکاس براساس رویدادهای خبری که از پیش برنامه‌ریزی شده‌اند، تنظیم و به افراد محول می‌شود. مکان‌ها و مراسمی که نیاز به حضور عکاس دارند، در دفتر ثبت وظایف کاری وارد می‌شوند. اما حتی در موقعیت‌های عادی و پیش پاافتاده عکاس نیز به دنبال شکار لحظه‌های غیرمعمول خواهد بود.

یک دبیر گروه خوب باید هر عکاس را بنابه سوابق و توانایی‌های شخصی‌اش به مأموریت بفرستد. فرستادن عکاسی که علاقه یا اطلاعات چندانی نسبت به بازی فوتبال ندارد برای پوشش یک مسابقه فوتبال کاری غیرمنطقی است.

تلفن همراه امروزه به صورت یک ابزار ضروری برای برقراری ارتباط بین عکاس و تحریریه درآمده و طرفین بوسیله آن از جریانات مربوطه آگاه می‌شوند.

وقتی یک خبر مهم در میان است، دبیر گروه باید فوراً تصمیم بگیرد که بهتر است چه کسی کار فعلی خود را کنار بگذارد و برای پوشش خبری اعزام شود. معمولاً شخص مورد نظر از بین افرادی که در دسترس هستند انتخاب می‌شود، اما این احتمال نیز وجود دارد که سردبیر از یک عکاس آزاد که با کار او آشناست برای این کار دعوت کند.

هنگام حضور در صحنه تصادفات و یا سوانح فاجعه‌آمیز بویژه اگر فرد یا افرادی مجروح یا کشته شده باشند، عکاس باید قدرت درک و استدلال خود را به کار بگیرد. در چنین شرایطی اوضاع دستخوش هرج و مرج می‌شود و کسی نیست که عکاس را راهنمایی کند. کاملاً برعکس، هنگام وضعیت اضطراری هیچ کس چشم دیدن عکاسی را که همزمان با عملیات امداد و نجات به کار خود ادامه می‌دهد ندارد. بهترین روش این است که در صورت امکان با گروه عکاسی مشورت شود. عکاس باید یک موقعیت مناسب پیدا کند که از آنجا بدون ایجاد مزاحمت برای امدادگران به کار خود بپردازد. چنانچه حضور عکاس عملیات امداد را دچار اخلال کند، حتی ممکن است او را متهم به کارشکنی کنند. در بعضی موارد امکان دارد با صحنه‌هایی مواجه شوید که بسیار دلخراش باشند. هر چقدر هم که عکاس باتجربه‌ای باشید، هیچ گاه برای مواجهه با صحنه‌های فجیع و تکان دهنده از کشتار و خونریزی آمادگی ندارید. حتی با تجربه‌ترین عکاس‌ها نیز شاید با مشاهده چنین صحنه‌هایی دچار شوک روحی و عاطفی شوند. هنگام پوشش ناآرامی و شورش‌های خیابانی، عکاسانی که مشغول انجام وظیفه هستند ممکن است در معرض خشونت قرار بگیرند و احتمال اینکه به آنان حمله شود زیاد است. دلیل چنین برخوردهایی احتمالاً این است که تصور می‌کنند شما مأمور دولت یا پلیس هستید. هرچه باشد عکس‌های شما می‌تواند باعث شناسایی و

دستگیری آشوبگران گردد. در چنین موقعیت‌هایی سعی کنید درجایی پناه بگیرید که بتوانید اوضاع را مشاهده کنید و در عین حال از حملات، گلوله و یا اجسامی که پرتاب می‌شوند در امان بمانید.

خبرگزاری‌ها

خبرگزاری‌ها معمولاً ترکیبی از عکاسان ثابت و آزاد را به کار می‌گیرند. لازمه کار برای یک خبرگزاری این است که آموزش حرفه‌ای دیده باشید و گواهی معتبر و رسمی داشته باشید. (مثلاً در بریتانیا داشتن گواهینامه از شورای ملی آموزش خبرنگاری ضروری است.) رقابت برای به دست آوردن چنین فرصت‌های شغلی بسیار شدید است و از آنجا که لازم است همواره با عکاسان آزاد رقابت کنید لازم است در کار خود خبره و ماهر باشید. درصورتی که هنگام مأموریتی تأخیر کنید و یا وظایف خود را به صورت تمام و کمال انجام ندهید، خبرگزاری‌ها معمولاً بسیار سریع‌تر از سردبیر یک روزنامه عذرتان را خواهند خواست. میزان حقوق و دستمزد نیز معمولاً به خوبی روزنامه‌ها نیست. البته اگر سطح کاری شما بالا باشد، بالطبع منافع مادی آن نیز بیشتر خواهد بود. خبرگزاری‌های بزرگ بین‌المللی مانند رویترز[1] و آسوشیتدپرس[2] وقایع جهانی را در سطح وسیعی پوشش می‌دهند و عکاسان خود را به مأموریت‌های کاری در سراسر دنیا می‌فرستند. ممکن است در نظر اول این مسأله فوق‌العاده جذاب باشد اما خطرات ناشی از مأموریت‌های خارجی و یا یکنواختی آنها شوق اولیه را از بین می‌برد. غیبت‌های طولانی ممکن است به زندگی خانوادگی شما لطمه بزنند. بودن در یک کشور دیگر بویژه وقتی با

---

1. Reuters 2. Associated Press

گرسنگی، تشنگی، خستگی و بیخوابی سفر یا هوای خیلی سردوگرم همراه باشد، چندان لطفی ندارد. اما برای یک عکاس مجرد و ماجراجو مأموریت‌های خارج از کشور می‌تواند موقعیت‌هایی برای کسب تجربه باشد. حتی شاید انگیزه شما از عکاسی برای مطبوعات همین سفرهای خارجی باشد.

اگر قصد دارید دنبال حرفه‌ای باشید که لازمه آن سفرهای خارجی است بهتر است به بیش از یک زبان تسلط داشته باشید. اگر یک یا چند زبان خارجی را بخوبی صحبت می‌کنید و اطلاعات مفیدی در زمینه فرهنگ‌های مختلف کسب کرده‌اید، قطعاً برای مأموریت‌های خارجی شرایط لازم را دارید.

خبرگزاری‌های کوچکتر که در استان‌های مختلف دفتر دارند، برای پوشش خبری وقایعی که روزنامه‌ها نمی‌توانند عکاسان خود را سریعاً اعزام کنند، از عکاس‌های محلی استفاده می‌کنند. خبرگزاری‌ها با روزنامه‌ها قرارداد می‌بندند که تعداد معینی عکس در اسرع وقت به آنها تحویل دهند. معمولاً خبرگزاری‌ها زودتر از بقیه از وقایع محلی مطلع می‌شوند و به طور خودکار حوادث و جریانات داغ و تازه را پوشش می‌دهند تا بعداً بتوانند گزارش و تصاویر آن را به روزنامه‌ها بفروشند. این خبرگزاری‌ها با عکاسان آزاد و روزنامه‌های محلی که عکس‌های مورد نیاز روزنامه‌های دیگر را تهیه می‌نمایند رقابت می‌کنند. وقتی موضوع معامله عکس‌های خوب مطرح باشد، دیگر چیزی به نام تعهد اخلاقی معنا پیدا نمی‌کند و روزنامه‌ها خود را محق می‌دانند با هر کس که عکس‌های بهتری دارد وارد معامله‌شوند.

۱۲

اخبار تلویزیون (۱)

از سال ۱۹۵۴ یعنی زمانی که شبکه بی‌بی‌سی اولین اخبار تلویزیونی خود را پخش کرد و در آن صدای گوینده به همراه نمایش عکس، نقشه و شرح عکس‌ها در جملات کوتاه پخش شد تا امروز نحوه ارائه اخبار دستخوش تحولات بسیاری شده است. این تغییرات که در نشریات و برنامه‌های رادیو نیز مشاهده می‌شود به دلیل استفاده از روش‌های کاری جدید و فناوری پیشرفته و نیز افزایش تقاضا برای اخبار و اطلاعات روی داده است. امروزه هشتاددرصد جمعیت از تلویزیون به عنوان منبع اصلی اخبار استفاده می‌کنند. از آنجاکه انسان‌ها ظاهراً صحت آنچه را با چشمهای خود مشاهده می‌کنند بیشتر باور دارند، مخاطبین به محتوای اخبار تلویزیون نسبت به رادیو اعتماد بیشتری دارند.

اکثر سازمان‌های خبری مانند «بی بی سی[۱]»، «آی تی ان[۲]»، «سی ان ان[۳]» و «اسکای نیوز[۴]» برای تهیه خبر تحت فشارهایی هستند که مخاطبین کاملاً از آن

---

1. B B C   2. I T N   3. C N N   4. Sky News

بی‌اطلاعند. هدف از پخش اخبار صرفاً گزارش جریانات خبرساز نیست بلکه یک هدف دیگر جذب مخاطبان است. همان‌گونه که روزنامه‌ها باید شمارگان خود را در سطح بالایی نگه دارند تا رضایت شرکت‌های آگهی‌دهنده را جلب کنند، شبکه‌های تلویزیونی نیز نیازمند جذب مخاطبین بیشتری هستند. آمار بالای مخاطب به معنای فرصت تبلیغاتی عالی برای مشتریان است و تبلیغات پرمخاطب نیز طبعاً بهای گزافی دارد.

انتقاد از تحولات ایجاد شده در پخش خبر

در سال ۱۹۹۵ گزارشگری به نام «آلیسون پیرسون[1]» برنامه‌ای با عنوان «انتقاد از اخبار» اجرا می‌کرد که به انتقاد تحولات ایجاد شده در نحوه ارائه و پخش خبر در انگلستان می‌پرداخت. این برنامه چنین استدلال می‌کرد که از دیدگاه شبکه‌های خبری شیوه‌های متداول پخش خبر در مخاطبین انگیزه کافی برای روشن کردن تلویزیون ایجاد نمی‌کند. بنابراین مجموعه‌ای از روش‌های مختلف که بیشترشان در آمریکا ابداع شده است به کار گرفته می‌شود تا برنامه‌های خبری را جالب‌تر و سرگرم‌کننده‌تر کند. به گفته پیرسون اخبار تلویزیون مجموعه‌ای از محصولات مختلف است که از طریق ایجاد جذابیت‌های خاص و اعتبار شبکه خبری به بیننده‌ها فروخته می‌شود.

گزارشگران متعددی که در این برنامه شرکت کردند نگرانی خود را از شیوه ارائه اخبار در دهه ۱۹۹۰ ابراز کردند. آنها اظهار کردند که تمرکز بر روی جذب مخاطبین بیشتر و جلب رضایت سیاستمداران مانع از پوشش صحیح اخبار از طریق تلویزیون می‌شود و نکته دیگر اینکه تولید و ارائه خبر تحت تأثیر مسایل

1. Alison Pearson

جنسیتی است و حتی اخبار ورزشی و اقتصادی نیز به شکل جانبدارانه‌ای ارائه می‌شود. از دیدگاه پیرسون تأکید بیش از حد اخبار تلویزیون بر استفاده از تصاویر هیجان‌انگیز در واقع پیروی از شیوه نشریات بازاری در استفاده از اخبار احساس برانگیز یا هولناک است. از این دیدگاه برنامه سازان تلویزیونی بـه گـزارش‌هـای ظاهرفریب و همراه با ترفند بهای بیشتری می‌دهند تـا گـزارش‌هـایی کـه بـرپایه تحقیق و جست‌وجو تهیه شده باشد و از آنجا که تمایل آنـها بـیشتر بـه پـخش تصاویر شگفت‌آور و جدید است، بودجه چندانی برای اعزام خبرنگار به نـقاط مختلف جهان برایشان باقی نمی‌ماند. انتقاد دیگری که در این برنامه مطرح شد این بود که شبکه‌های خبری تـلویزیونی مـاند بـی‌بـی سـی و یـا شـبکه آی تـی ان و شرکت‌های ماهواره‌ای برای تمدید امتیازنامه یا پروانه کار خود به دولت وابسته هستند اگرچه آنها مستقیماً در برابر دولت پاسخگو نیستند. درواقع در شبکه‌های خبری تلویزیونی چیزی به نام استقلال واقعی وجود ندارد و شاید دلیل اینکه این شبکه‌ها مانند روزنامه‌ها در پخش اخبار دست اول از یکدیگر پیشی نـمی‌گیرند همین نکته باشد. درواقع هر اندازه هم که شخص گزارشگر بی‌طرف و بدون غرض باشد، اخبار تلویزیون همواره نسخه ویرایش شده‌ای از حقایق است.

طراحی گرافیکی

بیننده‌های قرن بیست‌ویکم مایل نیستند مانند گذشته نمای نزدیکی از گوینده خبر را درحالی که تصاویری ثابت در پشت سر او دیده می‌شود تماشا کنند. هنر گرافیک باعث ایجاد تحولات بسیار در شیوه ارائه خبر شده و به کمک این فـن می‌توان آن چیز که اخبار تلویزیون بسیار به آن احتیاج دارد یعنی «تـصاویر» را فراهم کرد.

پخش اخبار تلویزیون در طول تاریخ کوتاه خود هیچ‌گاه تا این اندازه متکی به

فیلم و تصویر نبوده است. حتی یک نفر نیز می‌تواند به تنهایی تصاویر فوری و با کیفیت گرفته آنها را در همان محل تدوین کند و مستقیماً از طریق ماهواره و از هر نقطهٔ دنیا مخابره کند. برای تکمیل یک فیلم خبری می‌توان از هنر گرافیک برای بررسی دقیق‌تر موضوع گزارش استفاده کرد. وظیفه یک گرافیست این است که با استفاده از تصاویر متحرک رایانه‌ای یک سناریو را نمایش دهد یا پیش زمینه تاریخی ماجرا و آمار و ارقام مورد نظرش را به شکل تصاویر گرافیکی نشان دهد. بدین ترتیب وظیفه گوینده خبر فقط به خواندن متون محدود نمی‌شود بلکه گوینده نیز در بخشی از برنامه همراه بینندگان به صدای کارشناسی که در مورد تصاویر گرافیکی توضیح می‌دهد گوش می‌کند. ابزار گرافیکی برای ارائه اخبار نیز بسیار قابل اطمینان است و در مخابره کمتر مشکل فنی به‌وجود می‌آید. از طرف دیگر تعداد افرادی که دارای رایانه‌های شخصی بوده از طریق آن کارهای گرافیکی را در سایت‌های اینترنتی می‌بینند و یا سایت‌های خود را با استفاده از آن می‌سازند در حال افزایش است بنابراین بینندگان امروزه طرح‌های گرافیکی را که در اخبار تلویزیون استفاده می‌شود بهتر درک می‌کنند.

فیلم‌های خبری

به دلیل پیشرفت‌هایی که در فناوری ویدیویی حاصل شده است و افزایش تعداد کسانی که دوربین‌های شخصی کوچک دارند احتمال اینکه در موقعیت‌هایی خاص مردم عادی نیز مانند فیلمبرداران حرفه‌ای از وقایع خبری فیلم تهیه کنند افزایش یافته است. بدین ترتیب تنوع و میزان فیلم‌هایی که دراختیار شبکه‌های خبری قرار می‌گیرد بیشتر شده است. حتی برخی اشخاص ابتکار بیشتری به خرج داده با این نیت ازمنزل خارج می‌شوند که با دوربین‌های کوچک و غیرحرفه‌ای خود از جریانات خبرساز فیلم بگیرند. فیلمبرداران غیرحرفه‌ای که به

دنبال شکار لحظات منحصر به فرد هستند شاید برای کارهای خود پاداش خوبی بویژه از شبکه‌هایی مانند سی ان ان که علاقه خاصی به فیلم‌های خبری از نقاط مختلف دنیا دارند دریافت کنند. با این حال در سال‌های اخیر موقعیت‌هایی از این نوع برای شکارچیان لحظه‌ها کمتر شده است، زیرا سردبیرها معمولاً می‌خواهند فیلم‌های مختصر با استفاده از دوربین‌های دیجیتال گرفته شود و در اسرع وقت به استودیو مخابره شود. چنین خواسته‌ای به این دلیل است که سرعت پخش اخبار از تلویزیون تا حد زیادی افزایش یافته است.

نمایش تصاویر تکان دهنده‌ای از گرسنگان و افراد در حال مرگ می‌تواند بینندگان را به نشان دادن واکنشی خاص وادارد. تأکید زیاد بر نمایش تصاویر مهیج و تکان‌دهنده شاید باعث سردرگمی بینندگان شود به طوری که نتوانند همگام با رویدادهای خبری پیش بروند. از طرف دیگر نشان دادن تصاویر بدون ارائه توضیحات کافی و یا بیان خلاصه‌ای از ماجرا هم باعث ایجاد تحیر و سردرگمی می‌شود. هنگامی که تب و تاب مربوط به حادثه اصلی فروکش می‌کند، باید گزارش‌های تکمیلی از چگونگی اوضاع تهیه شود. این نوع اطلاعات معمولاً در برنامه‌های مستند خبری ارائه می‌شود. این کار تقریباً مشابه مقالات و گزارش‌های خبری بلندی است که در روزنامه‌ها به چاپ می‌رسد.

دیدگاه‌های فرهنگی

اینکه مردم هر کشور وقایع بین‌المللی را از دیدگاه فرهنگی و باتوجه به منافع ملی خودارزیابی می‌کنند، امری کاملاً طبیعی اما در عین حال نگران کننده است. هرکدام از ما باید حداقل سعی کنیم از منافع و تعصبات شخصی خود فاصله بگیریم و تاحد امکان هر واقعه را با نگاهی غیرجانبدارانه بررسی کنیم. غالباً اولین واکنش یک خبرنگار این است که درصدد گفت‌وگو با افرادی برآید که بتوانند آنچه

را روی داده به طور خلاصه و واضح بیان کنند. بنابراین خبرنگار معمولاً به سراغ کارشناس حوزهٔ مربوط می‌رود.

به همین دلیل مخاطبین در کشورهای غربی اخبار را از دیدگاه معمول غرب نسبت به تحولات بین‌المللی دریافت می‌کنند. جنگ ویتنام یک نمونه بارز است. ویتنامی‌های شمالی توسط رسانه‌های غربی به صورت دشمنان دموکراسی نشان داده می‌شدند زیرا آنها کمونیست‌هایی بودند که توسط کشورهای کمونیستی بزرگتری مانند چین و اتحاد جماهیر شوروی که در آن زمان با غرب میانه خوبی نداشتند، حمایت می‌شدند. از طرف دیگر رژیم ویتنام جنوبی توسط چندین قدرت بزرگ غربی حمایت می‌شد و به عنوان حامی دموکراسی و نظام سرمایه‌داری معرفی می‌شد. پوشش اخبار از چنین دیدگاهی باعث می‌شد تا حقایق مربوط به هریک از طرفین تحریف شود.

توجه و تأکید رسانه‌های خبری بر موضوعات خاص ـ که ضرورتاً به معنای توجه افکار عمومی نیست ـ ممکن است بسرعت کمرنگ شود. سازمان‌های خبری به‌طور مداوم در سیاست‌های خود برای جذب مخاطبین و آگهی دهنده تجدیدنظر می‌کنند. در سال ۱۹۷۰ شبکه‌های خبری آمریکا علاقه چندانی به اخبار مربوط به پرتاب شدن سومین فضاپیما به کره ماه نشان نمی‌دادند. اما هنگامی که آپولو ۱۳ دچار نقص فنی شد و مأموریت آن به خطر افتاد، پرتاب این فضاپیما به تیتر اول رسانه‌ها تبدیل شد. امروزه بسیاری از پروژه‌های پرتاب فضاپیما ارزش خبری ندارند مگر اینکه اتفاق پیش‌بینی نشده‌ای روی دهد.

مجموعه‌ای از عوامل مختلف مانند مسایل مالی، شخصیت‌ها، سیاست، فرهنگ، تاریخ و فناوری در تعیین محتوای اخبار تلویزیون دخالت دارند. همانگونه که پیش از این نیز اشاره شد، مسایلی بسیار بیش از آنچه ما تصور می‌کنیم برگردآوری اخبار تأثیر می‌گذارند.

۱۳

اخبار تلویزیون (۲)

بندرت می‌توان فردی را پیدا کرد که کمتر از ۵۰ سال سن داشته باشد و بخش قابل توجهی از زندگی خود را به تماشای اخبار تلویزیون و برنامه‌های مستند در مورد تحولات جاری نگذرانده باشد. بزرگترین هدف بسیاری از متقاضیان کار در بخش اخبار تلویزیون گزارشگری یا گویندگی است. با این وجود باتوجه به زندگینامه شخصی و مصاحبه‌هایی که چهره‌های سرشناس اخبار تلویزیون در انگلستان داشته‌اند می‌توان گفت که بسیاری از آنها کار خود را با نیت رسیدن به چنین موقعیت‌های بالایی شروع نکردند. در حقیقت در دهه ۱۹۵۰، ۱۹۶۰ و سال‌های نخست دهه ۱۹۷۰، گویندگان خبر و گزارشگران تلویزیونی مانند جانشین‌های امروزی خود چنین مشهور نبودند. برنامه‌های خبری، زمان کوتاهتری داشتند و در فواصل زمانی طولانی‌تری پخش می‌شدند. دیگر رسانه‌ها نیز کمتر در این برنامه‌ها تعمق می‌کردند و این درست برعکس روال متداول امروز است که رسانه‌های مختلف توجه بسیار زیادی به اخبار تلویزیون نشان می‌دهند. تقریباً هیچ هفته‌ای نیست که روزنامه‌ها در مورد کارکنان بی بی سی و آی تی ان و برنامه‌های آنان

مطلبی چاپ نکنند. حتی شبکه‌های تلویزیونی نیز گاهی اوقات از کار معمول خود که همان ارائه اخبار است دست می‌کشند و به معرفی و تشویق گزارشگران و مجریان خبر می‌پردازند. درحالی که نه رادیو و نه روزنامه‌ها چنین شیوه‌ای را در مورد گویندگان و گزارشگران خود اعمال نمی‌کنند.

امروزه مجریان و گزارشگران تلویزیون به دلیل ارتباط منظم روزانه با مردم و توجهی که رسانه‌های دیگر به آنان نشان می‌دهند، به چهره‌های سرشناس تبدیل شده‌اند. قراردادهای آنها با شرکت‌های خبری بعضاً ایجاب می‌کند کارهایی را که زمانی فقط توسط بازیگران و هنرمندان ایفا می‌شد انجام دهند، کارهایی از قبیل افتتاح جشن‌ها و مراسم، ایراد سخنرانی و اهدای جوایز. حتی گاهی این افراد، خودشان به سوژه اخبار روز تبدیل می‌شوند. «مارتین بل[1]» و «گاس مک دونالد[2]» دو نمونه از گویندگان سطح بالایی هستند که در سال‌های اخیر به حوزهٔ سیاست پیوستند. یک نمونه اسف‌بار نیز جنایت وحشتناکی است که در آن گوینده اخبار بی بی سی «جیل داندو[3]» به قتل رسید و خبر آن در سال ۱۹۹۹ جزو عناوین مهم خبری رسانه‌های جهان شد.

تبدیل شدن گویندگان و گزارشگران به چهره‌های سرشناس، تدریجی اما اجتناب‌ناپذیر بود، زیرا زمان و تعداد پخش برنامه‌های خبری افزایش یافته، تصاویر سیاه و سفید جای خود را به رنگی داد، شیوه گردآوری اخبار به صورت الکترونیک جایگزین فیلم شد و تمایل به ایجاد ستاره‌های جدید برای افکار عمومی به‌وجود آمد.

در دهه ۱۹۵۰، «رابین دی[4]» فصل جدیدی در تاریخ اخبار تلویزیون گشود.

---

1. Martin Bell 2. Gus Mc Donald 3. Jill Dando 4. Robin Day

وی در مصاحبه‌ای با «ناصر[1]»، رئیس جمهوری مصر در سال ۱۹۵۷ سؤال‌های خود را چنان صریح و بی‌پرده بیان می‌کرد که تاکنون هیچ گزارشگر انگلیسی در مصاحبه با سیاستمداران و دولتمردان نکرده بود. نسخه کتبی این مصاحبه براساس استانداردهای امروز شاید معمولی و کسل کننده به‌نظر برسد. اما در آن زمان انگلستان و مصر به دلیل اختلافاتی بر سر کانال سوئز، روابط دیپلماتیک نداشتند. این یکی از اولین دفعاتی بود که یک گزارش خبری تلویزیونی تبدیل به تیتر صفحه اول بیشتر روزنامه‌ها شد. در این دوره گزارشگران بتدریج از آن حالت ناشناخته خارج شدند و برای خود اسم و رسمی کسب کردند.

پوشش تلویزیونی جنگ ویتنام بیش از هر رویداد دیگری در ساختن قهرمان یا ستاره از خبرنگاران در ذهن ملت انگلستان مؤثر بود. جنگ ویتنام که بعدها جنگ تلویزیونی لقب گرفت، نقطه عطفی در پوشش تلویزیونی تحولات جهانی بود، زیرا خبرنگاران و تیم‌های فیلمبرداری از سراسر دنیا و به طور روزانه از درگیری و مبارزه در ویتنام گزارش تصویری تهیه می‌کردند. اغلب گزارش‌ها مربوط به مأموریت‌های خطرناکی بود که در دل جنگل‌های ویتنام انجام می‌شد و طی آن به سوی دشمن نامرئی تیراندازی می‌شد. این روند در سال ۱۹۶۸ به دنبال عملیاتی که بعدها «حمله تت[2]» نامیده شد، دستخوش تحولات عمده‌ای گردید. در این عملیات متهورانه، ویت‌کنگ‌ها در قلب سایگون[3] پایتخت ویتنام جنوبی با آمریکا و متحدانش درگیر جنگ سختی شدند. «جولیان پتیفر[4]» خبرنگار بی بی سی از جبهه جنگ و در زیر آتش و رگبار گلوله گزارش می‌کرد و میلیون‌ها بیننده در سراسر انگلستان او را مشاهده می‌کردند.

---

1. President Nasser   2. Tet Offensive   3. Saigon   4. Julian Pettifer

«عملیات تت» که شروع آن مقارن با سال نو چینی بود ارتش امریکا و خبرنگاران خارجی را که در سایگون بودند سخت غافلگیر کرد. آنچه در ابتدا تصور می‌شد صدای ترقه و آتش بازی سال نو است درواقع صدای آتش گلوله‌هایی بود که در عملیاتی جسورانه برای تسخیر شهر از داخل شلیک می‌شد. گزارش پتیفر از درگیری‌های خیابانی درحالی‌که نفس‌نفس زنان در کنار سربازان ویتنام جنوبی می‌دوید و خم می‌شد، و چشمهایش ساختمان‌ها و خیابان‌های مقابل دوربین را از نظر می‌گذراند، به چنان موفقیتی دست یافت که تا آن روز هیچ مقاله یا عکس مطبوعاتی به‌دست نیاورده بود. او صحنه‌ها و صداهای تکان‌دهنده از میدان جنگ را به‌طور مستقیم به خانه‌های مردم می‌آورد. «مارتین بل» و «کیت بارون[1]» از جمله دیگر خبرنگاران انگلیسی بودند که در طول جنگ ویتنام شهرت یافتند.

حالا دیگر به خبرنگار به چشم یک قهرمان نگاه می‌کردند که لباس‌های خاکی رنگ برتن، سرش را به این سو و آن سو می‌چرخاند تا از شر گلوله‌های مرگبار در امان بماند. این سناریو بتدریج رواج بیشتری یافت به‌گونه‌ای که وقایع سه دهه آخر قرن بیستم به‌طور مستقیم بر صفحه تلویزیون مردم در تمام نقاط دنیا قابل مشاهده‌بود.

وظایف خبرنگار و گزارشگر

خبرنگاران و گزارشگرانی که برای رسانه‌های دیداری شنیداری و خبرگزاری‌ها کار می‌کنند، بنابه موقعیت شغلی خود و سازمانی که برای آن انجام

---

1. Keith Barron

وظیفه می‌کنند احتمال دارد به نقاط مختلف دنیا اعزام شوند. سوابق این افراد بسیار متفاوت و گوناگون است. برخی مستقیماً از دانشکده و دوره‌های آموزشی پا به این حرفه گذاشته‌اند درحالی که برخی دیگر از رادیو یا مطبوعات به تلویزیون آمده‌اند. بسیاری نیز قبلاً در زمینه‌های دیگری غیر از خبرنگاری مشغول به کار بوده‌اند. البته ورود متخصصین اطلاعات و ارتباطات به این حرفه بویژه معلمان یا هنرپیشه‌ها چندان بعید نیست. خبرنگاران به دو دسته تقسیم می‌شوند: گروهی در مورد تمام وقایع به صورت کلی گزارش تهیه می‌کنند و گروه دیگر در زمینه‌ای خاص یا کشور بخصوصی به گردآوری خبر می‌پردازند. در زبان انگلیسی به گروه اول گزارشگر (Reporter) و به گروه دوم خبرنگار (Correspondent) می‌گویند.

سیاست شبکه خبری بی بی سی معمولاً این گونه است که خبرنگاران و گزارشگران خود را از میان کسانی که دوره‌های معتبر خبرنگاری آن کشور را که مورد تأیید «شورای آموزش خبرنگاران رسانه‌های دیداری شنیداری[1]» است، گذرانده‌اند یا از بین افرادی که سابقه کار در رسانه‌های دیگر مانند رادیو و مطبوعات را دارند، استخدام می‌کند. افرادی که به استخدام شبکه‌های ملی درمی‌آیند، پس از کسب تجربه کار در مراکز خبری محلی معمولاً ابتدا دوره‌ای را به تهیه گزارش از نقاط مختلف انگلستان می‌پردازند و سرانجام برای پوشش اخبار بین‌المللی به کشورهای خارجی اعزام می‌شوند.

بی بی سی نیز مانند سایر خبرگزاری‌ها و شبکه‌های خبری، گزارشگران خود را از میان متقاضیانی انتخاب می‌کند که انگیزه‌ی بالا، توانایی نویسندگی و درک عمیق و گسترده‌ای از حوادث دنیا داشته باشند. به گفته «ریچارد سامبروک[2]»،

---

1. Broadcast Journalism Training Council
2. Richard Sambrook

رئیس بخش گردآوری اخبار بی بی سی، علاوه بر تمام این توانایی‌ها یک خصوصیت دیگر نیز به نام «عامل ایکس[1]» از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است. «عامل ایکس» به یک ویژگی شخصیتی اشاره می‌کند که برای گزارش اخبار تلویزیون بسیار حیاتی است. همان گونه که گزارشگر رادیو باید از قدرت بیان خوبی برخوردار باشد، گزارشگر تلویزیون نیز باید گیرایی خاصی داشته باشد تا بتواند مفهوم مورد نظر را انتقال دهد. منظور از این گیرایی، داشتن جذابیت ظاهری نیست بلکه توانایی برقراری ارتباط با بیننده است. درواقع ظاهر جذاب گزارشگر حتی ممکن است از اهمیت خبر بکاهد. «عامل ایکس» همان ویژگی است که در سینما و تئاتر از آن به عنوان کیفیت بازیگری یاد می‌شود.

گزارشگری تلویزیون و بازیگری اشتراکات زیادی دارند. بسیاری از گزارشگرانی که تسلط زیادی به حرفه خود پیدا می‌کنند، در ابتدا بازیگر بوده‌اند. عامل مشترکی که این دو حرفه را به یکدیگر متصل می‌سازد، علاقه به ایجاد ارتباط است.

گزارشگر حتی اگر در زندگی عادی خود فردی درون‌گرا باشد باید مانند بازیگر بتواند مغز خود را به‌گونه‌ای فعال کند که قادر باشد ایفای نقش کند البته نه به این معنا که مانند هنرپیشه نقش بازی کند. زمانی که کار گزارشگر تلویزیون بسیار به بازیگری نزدیک می‌شود، هنگامی است که سعی می‌کند بر احساس ناراحتی، عصبانیت، هیجان یا خوشحالی درونی خود غالب شود. مصاحبه کردن با شخصی که اعتقادات سیاسی‌اش با عقاید شما همخوانی ندارد، کار ساده‌ای نیست. هنگامی که مصاحبه شونده عقیده‌ای را بازگو می‌کند که با آن مخالفید، ممکن است

---

1. X - factor

بسادگی خونسردی خود را از دست بدهید. به یاد داشته باشید که یک خبرنگار نباید با مصاحبه شونده برخورد تندی داشته باشد. مصاحبه با دیکتاتوری که مسؤول حبس، شکنجه و مرگ هزاران انسان بوده است، یکی از پرچالش‌ترین وظایف یک گزارشگر تلویزیونی است. به همین دلیل چنین کاری کمتر به یک گزارشگر محول می‌شود.

آمادگی سخن گفتن

برای بیشتر گزارشگران تصور اینکه از طریق دوربین با هزاران بلکه میلیون‌ها مخاطب ارتباط برقرار کنند چیزی شبیه به یک کابوس است. این جاست که آن کلید مهم برای ایفای نقش باید در مغز انسان به کار بیفتد. درصورتی‌که فراموش کنید این کلید را روشن کنید، ممکن است فاجعه‌ای رخ دهد. قبل از صحبت کردن در مقابل دوربین کافی نیست که جرعه‌ای آب بنوشید، یا صدایتان را صاف کنید و حتی موهایتان را از جلوی چشمهایتان کنار بزنید. زبان شما ابزاری نامطمئن برای ادای مطالبی است که آمادگی آن را ندارید و احتمال دارد نتوانید کلمات را بدرستی بیان کنید. در انتهای زبان، این توده ماهیچه‌ای، مانند یک درخت ریشه‌ای وجود دارد و برای اینکه بتوانید آن را به نحو احسن به‌کار بگیرید، لازم است مانند ماهیچه‌های دیگر بدنتان مرتباً آن را تمرین دهید. معمولاً اکثر مردم نیازی به انجام تمرین‌های زبان ندارند اما برای گویندگان و بازیگران این عمل بسیار ضروری‌است.

بازیگران قبل از اجرا با انجام حرکاتی نرم، بدن خود را گرم می‌کنند و ذهن‌شان را آرام می‌کنند. این کار برای گویندگان و گزارشگران نیز بسیار مفید است. اگر خود را برای خواندن یک گزارش خبری آماده می‌کنید و یا در حال رفتن

به یک مصاحبه هستید، می‌توانید هنگام تمرکز بر مسایل دیگر، تمرین‌های زیر را انجام دهید:

۱ـ زبان خود را بیرون آورده و به سمت بالا ببرید.

۲ـ بدون اینکه زبان را به داخل دهان ببرید، سعی کنید با یک حرکت لب بالایی را از یک طرف به طرف دیگر با زبان خود لمس کنید. سپس این کار را با گونه، لب پایین و گونه دیگر انجام دهید و سرانجام دوباره زبان را تاحد امکان به بینی خود نزدیک کنید.

۳ـ این کارها را تکرار کنید و بعد جهت آن را تغییر دهید. این تمرین باعث می‌شود کمی احساس درد کنید. برای تمرین دادن زبان نرمش‌های دیگر با درد کمتر نیز وجود دارد اما باید آنها را در تلفیق با این تمرین انجام دهید.

۴ـ زبان خود را بین لب‌هایتان قرار داده بشدت به بیرون بدمید. این کار گرچه مؤدبانه نیست اما تمرین بسیار مؤثری است.

۵ـ زبان خود را تا آنجا که ممکن است از دهانتان خارج کنید و آن را به آرامی به سمت بالا و پایین حرکت دهید.

ادای جملات و عبارات دشوار که دارای کلماتی با تلفظ مشابه هستند می‌تواند به شما کمک کند از زبان خود آن‌گونه که می‌خواهید استفاده کنید. بازیگران معمولاً قبل از رفتن روی صحنه این جملات و عبارات دشوار را تکرار می‌کنند. معمولاً با تلفظ صحیح و ادای دقیق و سیلاب به سیلاب این واژه‌ها و جمله‌ها می‌توانید حرکات مختلفی را که زبان هنگام تلفظ واژه‌ها به خود می‌گیرد تمرین کنید. کلمات را با دقت ادا کنید. مزیت این نوع تمرین‌ها در این است که زبان را نرم می‌کند، تلفظ را روان‌تر و اعتماد به نفس را بیشتر می‌کند. صدای خود را نیز می‌توانید تمرین دهید اگرچه لازم نیست مانند خواننده‌ها یا بازیگران صدای قوی و شفاف

داشته باشید. تمرینی که در زیر توضیح داده شده بسیار آسان است. اگر به پشت دراز بکشید بهترین نتیجه را خواهد داشت اما در حالت نشسته یا ایستاده نیز به شرطی که بدنتان در وضع خوبی قرار داشته باشد، مفید است. درست مانند نرمش‌های زبانی سعی کنید این تمرین را به‌طور مرتب انجام دهید و جایی خلوت و ساکت پیدا کنید تا بتوانید در عین حال کمی آرامش نیز داشته باشید. انجام این تمرین نباید خیلی آگاهانه صورت بگیرد. وظیفه شما ایجاد ارتباط به نحو احسن با استفاده از توانایی‌های شخصی است. این تمرین بویژه به شما کمک می‌کند که سرعت ادای واژه‌ها و زیروبمی صدایتان هنگام ارائه گزارش هماهنگ باشد.

۱ـ نفس بکشید و هنگام بازدم یک کلمه را ادا کنید. (واژه‌هایی مثل ماه و مو آسان و روان بیان می‌شوند.) این کار را با تسلط کافی انجام داده سعی کنید ارتفاع و میزان بلندی صدایتان را به صورت یکنواخت حفظ کنید.

۲ـ در ذهن خود مجسم کنید که این واژه در مقابل شما کش می‌آید.

۳ـ لازم نیست صدایتان بلند باشد. به آرامی ادا کنید. فقط کافی است ارتفاع و بلندی صدا را تحت فرمان خود داشته باشید.

۴ـ سعی کنید با کنترل دیافراگم خود واژه‌ها را خوب ادا کنید و در یک بازدم این عمل را تا نفس دارید ادامه دهید.

۵ـ نفس دیگری بکشید و این بار یک کلمه تک سیلابی جدید را ادا کنید.

یاد بگیرید که چگونه کار خود را نقد و بررسی کنید. در صورت امکان سعی کنید در ذهن خود از خودتان فاصله بگیرید و آن گاه نحوه اجرای خود را تماشا و گوش کنید. اگر در تدوین کار خود نقش فعالی داشته باشید، مجبور خواهید بود اجرای خود را بارها و بارها تماشا کنید.

لازم نیست از بابت عادت‌ها و حرکات ریزی که احیاناً در طرز بیان شما

وجود دارد نگرانی به خود راه دهید. این حرکات از اعتبار شما نمی‌کاهد بلکه برعکس بدان می‌افزاید. البته به شرط آنکه سعی نکنید با نشان دادن حرکات مصنوعی برای خود یک تیپ خاص درست کنید. همیشه خودتان باشید و هرگز حرکات دیگران را تقلید نکنید.

برنامه‌ریزی

شعار پیشاهنگی «همیشه آماده باش» در مورد خبرنگاران نیز صدق می‌کند. درواقع هیچ پند و اندرزی بهتر از این برای یک خبرنگار وجود ندارد. وقتی پس از تلاش بسیار به عنوان گزارشگر اخبار تلویزیون شروع به کار می‌کنید، یک خبرنگار باتجربه هستید که در مورد گردآوری و گزارش وقایع خبری اطلاعات زیادی دارید. این جا نیز سردبیر شما را در جریان وقایع و رویدادهای خبری می‌گذارد و شما به تحقیق بیشتر در مورد ماجرامی‌پردازید و گزارشی تهیه می‌کنید. البته احتمالاً کاری که شما قبلاً انجام می‌داده‌اید، دقیقاً به این شکل نبوده است.

مؤسسات خبری تلویزیونی سیاست‌های متفاوتی درباره نحوه عملکرد خبرنگاران و گزارشگران خود اعمال می‌کنند. بعضی خبرنگاران از دیگران بیشتر کمک می‌گیرند و بعضی کمتر. اما در مجموع یک خبرنگار خودکفاست و بر تجربیات شخصی و پشتکار خود برای انجام یک مأموریت تکیه می‌کند.

خود را عادت دهید که همواره دو ساک دستی با محتویات زیر برای سفر بسته و آماده داشته باشید:

- لباس‌های مناسب برای هوای سرد و گرم
- نقشه راهنما به همراه اوقات محلی
- چاقوی چند منظوره

- ساعت زنگ‌دار
- لوازم بهداشتی
- جعبه کمک‌های اولیه
- دو شاخه برق در اندازه‌های مختلف
- قطب‌نما
- واکس و اتوی سفری
- رادیوی موج کوتاه
- ضبط صوت کوچک یا مینی دیسک
- دوربین اتوماتیک
- چراغ قوه کوچک
- پول نقد

بهتر است بر ضد تیفوئید، مننژیت، وبا، تب زرد و کزاز مایه‌کوبی شوید. برای مقابله با مالاریا می‌توانید قبل و بعد از سفر از قرص‌های مخصوص استفاده کنید. همچنین سعی کنید در کشورهایی که پشه مالاریا فعال است خود را خوب بپوشانید.

اگر در جعبه کمک‌های اولیه خود سرنگ یا سرسوزن دارید، هنگام ورود به کشورهای دیگر این موضوع را به مأمور گمرک اعلام کنید تا جهت اعتیاد به مواد مخدر مظنون واقع نشوید.

برای رانندگی در کشورهای دیگر باید گواهینامه بین‌المللی داشته باشید.

قبل از اعزام به مأموریت، از طریق اینترنت اطلاعاتی در مورد محل مأموریت خود پیدا کنید. لازم نیست وقت خود را با امتحان کردن موتورهای مختلف جست‌وجوگر تلف کنید. همیشه از یک سایت جست‌وجوگر قابل اطمینان که از

قبل پیدا کرده‌اید استفاده کنید. علاوه بر سایت‌های اینترنتی ممکن است در دفتر کار خود به پرونده‌های بایگانی شده که حاوی اطلاعات کلی یا دقیق‌تر در مورد محل مأموریت شما هستند، دسترسی داشته باشید. از روز اول همه چیز را در مورد نحوه کار سؤال کنید زیرا بعداً ابراز نارضایتی پذیرفتنی نخواهد بود. هنگام کار در یک کشور دیگر بسیار مهم است که با آداب معاشرت مردم آشنا باشید. داشتن اطلاعات کلی از آداب معاشرت کار شما را آسانتر می‌کند. همچنین باعث می‌شود دوستانی پیدا کنید و اگر می‌خواهید به عنوان یک خبرنگار کار خود را بخوبی انجام دهید این نکات دارای اهمیت زیادی است.

کار عملی

نحوه همکاری و هماهنگی شما با گروه از موضوعات مهم به‌شمار می‌رود. چه گزارشی از محوطه خارج یک دادگاه محلی ارائه می‌کنید و چه از یک منطقه جنگی در آن سوی دنیا چگونگی این همکاری اهمیت دارد. در حقیقت گروه شما معمولاً متشکل از دو نفر است: خودتان به عنوان خبرنگار و دیگری فیلمبردار.

معمولاً در اتاق خبر شبکه‌های محلی فیلمبرداران همیشه آماده‌باش هستند. آنها دوربین و تجهیزات جانبی مورد نیاز را با خود دارند. در خارج از کشور ممکن است خبرنگاران مجبور شوند با گروه‌های فیلمبرداری داخلی و یا حتی گروه‌های خارجی دیگر همکاری کنند. این بستگی به شرایط دارد و هیچ دو موقعیت مختلفی دقیقاً مشابه یکدیگر نیستند.

در طول سالیان، دوستی‌های خوبی بین افراد شکل می‌گیرد و بنابراین تعجبی ندارد اگر هنگام پوشش اخبار با چهره‌های آشنای قدیمی مواجه شویم. اگرچه از یک نظر گزارشگران و فیلمبرداران رقیب به شمار می‌آیند، اما سوابق کاری و

اهداف مشترک باعث می‌شود تا روابط کاری و دوستی‌های عمیقی بین آنها شکل بگیرد.

کهنه‌کارها یعنی گزارشگران و فیلمبردارانی که اعتبار حرفه‌ای خوبی کسب کرده‌اند همیشه آماده کمک به افراد تازه‌کار هستند. دانش و تجربه این افراد فوق‌العاده باارزش است. گروه‌های مختلف به شکل‌های متفاوتی کار می‌کنند. هربار که مجبور شوید با یک فیلمبردار جدید کار کنید، تلاش برای ایجاد وحدت گروهی باید از نو شروع شود. با این وجود این تلاش همواره ارزشمند است. هرچه شما از کار یکدیگر رضایت بیشتری داشته باشید، نتایج حاصل از آن بهتر خواهد بود.

به عنوان یک تازه‌کار باید بدانید که فیلمبردار به مراتب باتجربه‌تر از شما خواهد بود. هرگز تصور نکنید که شما از نظر رده کاری بالاتر هستید زیرا چنین چیزی واقعیت ندارد. هر دوی شما وظایف متفاوت اما به یک اندازه مهم برعهده دارید و باید کار خود را با تکیه بر قابلیت‌های یکدیگر انجام دهید. شخصی که روابط اجتماعی خوبی دارد، در ملاقات اول با تعارف کردن یک شکلات یا آب نبات سعی می‌کند با طرف مقابل ارتباط برقرار کند. پیشنهاد کنید بعضی وسایل سنگین یا بزرگ مثل سه پایه دوربین را شما حمل کنید. و این کار را نه فقط یک بار بلکه همیشه انجام دهید تا یک الگوی کاری ثابت بین شما دو نفر شکل بگیرد. اما دوربین را بلند نکنید مگر اینکه از شما خواسته شود زیرا بیشتر فیلمبرداران با دل و جان از دوربین خود مراقبت می‌کنند.

در مورد نحوه فیلمبرداری از یک صحنه خاص حتماً با فیلمبردار تبادل نظر کنید اما در خیلی مواقع نیز باید به تجربیات او احترام بگذارید و تسلیم نظر او شوید. یک فیلمبردار خوب باید توضیح بدهد که چرا بعضی صحنه‌ها تأثیرگذار

خواهد بود و بعضی دیگر بی‌تأثیر. هرگز مانند کارگردانی که تک‌تک صحنه‌ها را از داخل دوربین بررسی می‌کند رفتار نکنید. در موقع خود این کار ممکن است از وظایف کاری شما به حساب بیاید اما فعلاً بهتر است روی کار خود تمرکز کنید. با این وجود خوب است از شما خواسته شود که راجع به صحنه فیلمبرداری نظر بدهید.

تنظیم صحنه فیلمبرداری همیشه به سادگی آنچه به نظر می‌رسد نیست. بعضی صحنه‌ها در طول تاریخ تلویزیون تکراری شده‌اند. مثلاً تصویر گزارشگر سیاسی که در «داونینگ استریت[1]» (نام خیابانی در لندن که محل سکونت نخست‌وزیر انگلیس است) و یا مقابل عمارت کنگره[2] آمریکا در واشنگتن یا در برابر ساختمان «اسکاتلندیارد[3]» ایستاده صحنه‌هایی تکراری است. گنجاندن نماد مکان‌های خاص در تصویر از نمونه‌های بارز صحنه‌های کلیشه‌ای است. اگر گزارش در مورد نمایشی در «برادوی» برای بینندگان بریتانیایی است، خبرنگار نباید صحنه را طوری تنظیم کند که نمایی از مجسمه آزادی در پشت سر او دیده شود، صرفاً به این دلیل که این مجسمه نماد نیویورک و بویژه آمریکاست. اگر موضوع گزارش مربوط به یک نمایش خاص می‌شود، دوربین را مقابل سردر آن تئاتر قرار دهید. تصویر باید به چشم کسانی که شخصاً در این محل بوده‌اند و یا آن را در گزارش‌های قبلی دیده‌اند، آشنا باشد. درست است که این نیز یک تصویر کلیشه‌ای است اما می‌تواند صحنه مورد نظر را به بیننده منتقل کند.

قبل از شروع فیلمبرداری حتماً در مورد سر و وضع ظاهری خود از افراد گروه نظرخواهی کنید. حتی ممکن است در آینه نیز متوجه ایرادهای ظاهری خود نشده

---

1. Downing Street 2. Capitol building 3. Scotland Yard

باشید. برای کسانی که قبلاً در نیروهای مسلح یا تیم‌های حرفه‌ای شیرجه و غواصی بوده‌اند، کمک گرفتن از همقطاران و دوستان برای تنظیم لباس و تجهیزات امری عادی است. این کار را «بازبینی دوستانه» می‌نامند و بهتر است شما نیز هنگام کار خود همین‌طور رفتار کنید. از این روش استفاده کنید و مراقب یکدیگر باشید. شاید روزی نه تنها اعتبار شما بلکه زندگی‌تان نیز در گرو چنین رفتاری باشد.

بعضی صحنه‌ها می‌تواند دردسرساز باشد. به عنوان مثال اصلاً توصیه نمی‌شود که برای فیلمبرداری از طرفداران فوتبال در ورودی استادیوم و درست همان جایی که محل ورود و خروج هواداران تیم‌هاست، بایستید. هواداران خوشحال هنگام وارد شدن به ورزشگاه معمولاً دوست دارند جلوی دوربین شکلک درآورند، سربه سر خبرنگار بگذارند و به او تنه بزنند. برعکس هنگام خروج ممکن است حال و هوای خوبی نداشته باشند. در صورت امکان از جمعیت فاصله بگیرید به‌گونه‌ای که بتوان هواداران را در زمینه تصویر مشاهده کرد، اما آنقدر به آنان نزدیک نباشید که بتوانند در فیلمبرداری اختلال ایجاد کنند. همچنین می‌توانید از یک ارتفاع بالاتر و مکانی که مشرف به جمعیت باشد از آنان فیلمبرداری کنید.

مراقب انعکاس نور در شیشه‌های بزرگ مانند ویترین مغازه‌ها باشید. شیشه‌ها تصویر همه چیز از جمله دیگر افراد گروه فیلمبرداری و افرادی را که به تماشای گزارش شما ایستاده‌اند منعکس می‌کنند و این تصاویر اضافی باعث به هم خوردن تمرکز بینندگان می‌شود.

خبرنگارانی که با تهیه گزارش‌های رادیویی آشنا هستند خود از اهمیت صدا هنگام ضبط برنامه و از معایب سروصدای زیاد و بلند آگاهند. درست است که

میکروفون‌ها امروزه ساختار بسیار پیچیده‌ای دارند، اما هنگام گزارش کردن در جایی نباشید که نتوانید صدای خود را بشنوید. معمولاً می‌توان در بزرگراه‌ها، فرودگاه‌ها و خیابان‌های پرازدحام بدون مشکل خاصی گزارش تهیه کرد. آنچه باعث غافلگیر شدن بیشتر خبرنگاران می‌شود صداهای غیرمنتظره و بعضاً عمدی است. این سروصدا ممکن است مربوط به ناقوس کلیسا، روشن شدن یک ژنراتور یا سوت ناهنجار کشتی در بارانداز باشد. قانون کلی این است که مراقب تمام چیزهایی که روشن می‌شوند، حرکت می‌کنند یا تیک‌تیک می‌کنند باشید.

یکی از دشوارترین بخش‌های کار یک خبرنگار این است که باید در برابر رویدادها، احساساتی برخورد نکند. شاید زمانی مجبور شوید از یک منطقه جنگی یا منطقه سابق جنگی که گرفتار قحطی و خشکسالی است و یتیم خانه‌های آن پر از بچه‌های بی‌سرپرست است گزارش تهیه کنید. از تعارف کردن خوراکی و وسایل محدودی که دراختیار دارید بشدت خودداری کنید. احساس طبیعی شما به عنوان یک انسان حکم می‌کند که هنگام مواجهه با افراد گرسنه به سمت اتومبیل خود رفته تمام ساندویچ‌هایتان را بیاورید و یا به کودکان بی‌سرپرست شکلات تعارف کنید. هرگز و تحت هیچ شرایطی این کار را نکنید. تعارف کردن یک لقمه به شخصی گرسنه و یا یک آب نبات به کودکی فقیر تحت چنین شرایطی ممکن است باعث بروز ناآرامی در میان مردم درمانده‌ای شود که برای به‌دست آوردن خوراکی‌های ناچیز و محدود شما تقلا می‌کنند. در این آشفتگی افرادی زخمی می‌شوند بدون اینکه درک کنند چرا شما خوراکی بیشتری دراختیار ندارید. وظیفه شما تنها مخابره کردن این صحنه‌های دردناک و نشان دادن آن به مردم دنیاست. بقیه کارها را به سازمان‌های امداد و کمک رسانی بسپارید.

گزارش تک نفره

در ابتدای کار، ارائه گزارش به تنهایی در مقابل دوربین برای خبرنگار بسیار دشوار است اما با گذشت زمان این کار برای او آسان می‌شود، البته همیشه زمان به کمک خبرنگار نمی‌آید. روال معمول کار این است که گزارشگر در حال نگاه مستقیم به دوربین صحبت می‌کند و متن گزارش را از روی کاغذ نمی‌خواند. اما هنگام نقل قول جزییات مانند حکم نهایی قاضی، خبرنگار مجاز است که به یادداشت‌های خود نگاه کند. مانند تمرین‌های مخصوص زبان و صدا که قبلاً توضیح داده شد، بازیگران تئاتر نیز روش‌های خاصی دارند که با استفاده از آن می‌توانید متن گزارش را به خاطر بسپارید. برای اینکه این تمرین در مورد شما کارآیی داشته باشد، سعی کنید به جای تمرکز بر روی واژه‌ها به مفهوم آنچه قصد دارید بیان کنید، بیندیشید. گزارش را با استفاده از عبارات متفاوت و نه جملات یکسان تکرار کنید. متن گزارش زیر را در نظر بگیرید.

مثال: کلیسای «سن دانستان[1]» متعلق به قرن پانزدهم میلادی در سال ۱۹۴۱ از بمباران درامان ماند. پس از تخریب ساختمان شهرداری، مردم محلی همواره از این مکان به عنوان سالن گردهمایی استفاده کرده‌اند. این کلیسا همچنین به پناهگاه افرادی که در نتیجه حملات هوایی بی‌خانمان شدند تبدیل گردید. از آن هنگام تعداد افرادی که برای دعا و مناجات به این کلیسا مراجعه می‌کنند به‌طور مداوم کاهش یافته است.

با این وجود اقدام مسؤولین کلیسا برای فروش ساختمان و زمین‌های

---

1. St. Dunstan's

اطراف از جمله گورستان محل با مخالفت شدید از جانب افراد محلی روبه‌رو شده است زیرا آنها معتقدند که این کلیسا بخشی از تاریخ این منطقه است. نقل شده است که «چارلز اول[1]» پادشاه انگلستان در زمان جنگ داخلی در این مکان به نیایش پرداخت و «دیک تورپین[2]» شبی را بر روی یکی از نیمکت‌های آن به صبح رسانید.

اگر مسؤولین تصمیم خود را عملی کنند، این پنجمین کلیسای محلی خواهد بود که در طول پنج سال گذشته برای طرح‌های عمرانی به بخش خصوصی فروخته می‌شود.

در مخالفت با طرح فروش، یک عضو سابق شورا به نام «رز متیوارد زلر[3]» رهبری یک گروه حافظ کلیسا را برعهده گرفته است. اعضای گروه براین باورند که این کلیسا ارزش محافظت شدن دارد، زیرا زمانی که بخش وسیعی از شهر طی بمباران و حملات موشکی ویران شد، این بنا در امان ماند.

اگرچه اسقف «مدگیت[4]» که این کلیسا در حوزه قلمرو اوست، امروز از اظهارنظر در این مورد خودداری کرد، مقامات کلیسا و شورای محلی معتقدند که صدور حکم محافظت از کلیسا از تخریب این بنا جلوگیری خواهد کرد. با این حال حتی این پیشنهاد نیز نتوانسته رضایت افراد محلی را جلب کند و آنها به صراحت اعلام کرده‌اند که خواستار ادامه فعالیت کلیسا هستند.

---

1. King Charles the First 2. Dick Turpin 3. Rose Mitward - Zellor
4. Medgate

تلاش برای به خاطر سپردن تمام کلمات این گزارش کاری دشوار، وقت‌گیر و ناراحت‌کننده است. هر اندازه نگران به خاطر سپردن واژه‌ها باشید، ارائه گزارش در مقابل دوربین دشوارتر خواهد بود. نوشتن متن گزارش باعث می‌شود تا اطلاعات در ذهن شما ثبت شود و کمک می‌کند تا تمام نکات مورد نظر را در آن بگنجانید و گزارش را زمانبندی کنید. اما معنای این کار این نیست که هر آنچه نوشته‌اید باید عیناً در مقابل دوربین بیان کنید.

با رعایت ترتیب بخش‌های گزارش، روی نکات اصلی آن تمرکز کنید: کلیسای قرون وسطایی برای فروش ارائه شده است. مردم می‌خواهند کلیسا را حفظ کنند. در مورد اهداف مردم فکر کنید. مقامات کلیسا قصد فروش ساختمان را دارند درحالی که افراد محلی مایلند آن را نگه دارند.

به دلایل هر گروه بیندیشید: مقامات کلیسا به دلیل کاهش تعداد مراجعین آن را بلااستفاده می‌دانند. اما مردم کلیسا را برای گردهمایی‌های خود که برایشان مهم است می‌خواهند. با آمار و ارقام چه باید کرد؟ به خاطر سپردن اعداد و اطلاعات کاری دشوار است. می‌توانید به جای قرن پانزدهم بگویید اواخر قرون وسطی و به جای سال ۱۹۴۱ بگویید جنگ جهانی دوم. در صورت لزوم می‌توانید روی یک کاغذ یادداشت با خط درشت بنویسید: پنجمین کلیسا، چارلز اول، دیک تورپین، حملات موشکی و سپس کاغذ را به سه پایه دوربین بچسبانید.

حالا سعی کنید ماجرا را به‌طور خلاصه از حفظ بازگو کنید، گویی آن را برای یکی از دوستانتان تعریف می‌کنید. گزارش شما چیزی شبیه به این خواهد بود:

آیا در مورد کلیسای «سن دانستان» متعلق به سده‌های میانه که از بمباران جنگ جهانی دوم در امان ماند و از آن زمان به بعد به مرکز تجمع افراد محلی تبدیل شده است چیزی شنیده‌اید؟ افراد محلی از

این مکان برای گردهمایی‌های خود و نیز برای اسکان افرادی که در جنگ بی‌خانمان شدند استفاده می‌کردند. اما تعداد افرادی که برای دعا به کلیسا می‌روند از آن زمان به بعد کاهش یافته است. به هرحال مسؤولان تصمیم به فروش کلیسا و گورستان مجاور آن گرفته‌اند. اما این موضوع باعث ناراحتی افراد محلی شده است. زیرا آنها معتقدند کلیسا بخشی از تاریخ آنهاست. ظاهراً پادشاه چارلز اول در زمان جنگ داخلی در این کلیسا دعاکرده و دیک تورپین نیز شبی را روی یکی از نیمکت‌های آن به صبح رسانده است. اگر مقامات مسؤول تصمیم خود را عملی کنند، این پنجمین کلیسایی خواهد بود که در طول پنج سال گذشته به فروش رسیده است. اما مردم محلی سعی دارند باکمک یک گروه عملیاتی جلوی این طرح را بگیرند. آنها می‌گویند که کلیسا به دلیل تاریخچه‌اش یک مکان خاص است زیرا از بمباران‌ها و موشک باران‌های متعدد در امان مانده است.

اسقف مدگیت هنوز در این باره اظهارنظر نکرده است اما مقامات و اعضای شورای محلی معتقدند که صدور حکم حفاظت ازکلیسا به منزله جلوگیری از تخریب آن خواهدبود. اما مردم بازهم راضی‌نیستند و مصرانه می‌خواهند که کلیسا به فعالیت‌های اجتماعی خود ادامه دهد.

هنگامی که متوجه شدید می‌توانید نکات اصلی را به خاطر بسپارید بقیه کار راحت می‌شود زیرا اعتماد به نفس شما افزایش می‌یابد. ما در زندگی روزمره خود داستان‌های مشابهی را برای دوستان و خانواده خود تعریف می‌کنیم و برای این کار از توانایی ذاتی برای حفظ آمار و اطلاعات بدون اینکه آگاهانه بدان بیندیشیم، استفاده می‌کنیم. آنچه گزارش کردن در مقابل دوربین را دشوار می‌سازد، ارائه آمار

و اطلاعات به زبانی رسمی است. یک گزارشگر باید به‌گونه‌ای متعارف، مفید و مختصر و رسمی سخن بگوید. گزارشگر نیز مانند نویسنده باید از به‌کار بردن واژه‌های کلیشه‌ای، بیهوده و یا تکرار مطالب خودداری کند. در این جا محدودیت فضا جای خود را به محدودیت زمان می‌دهد.

گرچه ممکن است گزارش یک نفره در ابتدا دشوار باشد، اما با افزایش تدریجی ظرفیت ذهنی گزارشگر برای به خاطر سپردن متن، این کار نیز آسان‌تر می‌شود. روش‌های متفاوتی برای راحت‌تر کردن گزارش‌های تک نفره وجود دارد. اما هرگز به شیوه‌هایی از قبیل ضبط کردن متن گزارش روی نوار کاست یا سی‌دی و گوش کردن همزمان به آن هنگام ارائه گزارش متوسل نشوید. این سیستم ممکن است در حساس‌ترین لحظات دچار نقص فنی شود. به‌علاوه این روش به تقویت حافظه کمکی نمی‌کند و با استفاده از آن فقط وابستگی خود را به ابزاری که هر لحظه احتمال دارد گم شود یا به دلیل نبود باتری از کار بیفتد، افزایش می‌دهید.

مصاحبه

مصاحبه‌های خارج از استودیوی خبر می‌تواند به‌گونه‌ای باشد که در آن مصاحبه شونده به سؤال‌های گزارشگری که در تصویر دیده نمی‌شود، پاسخ می‌گوید. هنگام پخش گزارش، روی سؤال گزارشگر صداگذاری می‌شود. مثلاً صدای گزارشگر شنیده می‌شود که می‌گوید: «از وزیر سؤال کردم آیا نامزد دور بعدی انتخابات خواهد بود؟» و بعد تصویر شخص وزیر دیده می‌شود که به این سؤال پاسخ می‌گوید و احتمالاً مخاطبان او گروهی از خبرنگاران هستند. فیلم‌های مشابه یا حتی پاسخ وزیر به همین سؤال ممکن است از شبکه‌های خبری دیگر نیز پخش شود.

نوع دیگر از مصاحبه به صورت زنده و مستقیم به استودیوی خبر مخابره می‌شود. در این حالت پس از طرح اولین سؤال، دوربین روی مصاحبه شونده قرار می‌گیرد و در پایان گفت‌وگو خود گزارشگر نیز در تصویر نشان داده می‌شود. گزارشگر سپس از مصاحبه‌شونده تشکر کرده به سمت دوربین برمی‌گردد و ادامه برنامه را به استودیوی پخش واگذار می‌کند.

آن دسته از افرادی که تجربه کار در رادیو را دارند، مهارت‌های لازم برای انجام مصاحبه را قبلاً فراگرفته‌اند. این مهارت‌ها عبارتند از پیش‌بینی کردن موضوع‌های بعدی، ویرایش مطالب در ذهن، گوش دادن به صحبت‌های طرف مقابل و تکان دادن سر با توجه و دقت و پرهیز کردن از نگاه به اطراف گویی مطلبی مهم‌تر از موضوع گفت‌وگو وجود دارد.

مهم‌ترین نکته‌ای که گزارشگر قبل از تقاضای مصاحبه با یک شخص باید در نظر بگیرد این است که آیا این گفت‌وگو واقعاً به پیشبرد گزارش او کمک خواهد کرد و آیا آن شخص نقشی در ماجرای مورد نظر دارد یا صرفاً یک شاهد است. قبل از شروع، در مورد محتوا و اهداف سؤالات فکر کنید. از مصاحبه شونده نپرسید که مایل است به چه سؤالاتی پاسخ دهد زیرا کار شما طرفداری از او نیست. آیا قصد دارید با انجام آن مصاحبه به کشف مطلب جدیدی برسید یا با این کار فقط می‌خواهید برای پرکردن گزارش تصویری یا صوتی خود مطلب جمع کنید؟

بهتر است اسم مصاحبه شونده و مقام او را یادداشت کنید مثلاً سرهنگ دوم «الف» ازگردان پنجم پیاده نظام. همچنین از وی بپرسید مایل است به چه صورت خطاب شود. هنگام خطاب کردن افسران ارتش درجه آنها را درست بیان کنید. مثلاً سروان را سرهنگ و یا برعکس خطاب نکنید.

یکی از دشوارترین کارها مطرح کردن سؤال از میان ازدحام خبرنگاران مطبوعات و رادیوست. اگر کسی دستش را روی شانه شما گذاشت و یا شما را به طرفی هل داد و یا دیگری خواست که از سر راه کنار بروید، زیاد تعجب نکنید. اگر تا به حال تجربه گرفتار شدن در چنین ازدحامی را نداشته‌اید، مأیوس نشوید. مهم نیست که چه قدوقامتی دارید. سعی کنید در جایتان محکم بایستید و بر روی کار خود تمرکز کنید.

کنفرانس‌های خبری سازمان‌یافته‌تر هستند و در فواصل زمانی منظم یا با برنامه‌ریزی قبلی تشکیل می‌شوند. به دلیل تعداد زیاد خبرنگاران رسانه‌ها که در این نشست‌ها شرکت می‌کنند، مطرح کردن سؤال برای یک تازه کار در میان جمع ممکن است دشوار و یا دلهره‌آور باشد. اما سعی کنید مانند بقیه رفتار کنید و ناامید نشوید. به یاد داشته باشید که شما نیز مانند سایرین، یک خبرنگار هستید. سؤال‌هایی را که همکارانتان می‌پرسند یادداشت کنید تا احیاناً آنها را تکرار نکنید. بعضی اوقات سؤالات دیگران سؤال شما را نیز دربر می‌گیرد. اما اگر یک سؤال مهم و اساسی دارید که به فکر هیچ کس نرسیده تردید نداشته باشید و حتماً سؤال را مطرح کنید.

یک دشواری دیگر در مصاحبه‌های تلویزیونی جمله‌بندی و نوع بیان سؤال است. اگر سؤال‌هایتان خیلی طولانی باشد و یا مرتب از این شاخه به آن شاخه بپرید، احتمال دارد که مصاحبه شونده بسته به میزان تجربه‌ای که در گفت‌وگوهای تلویزیونی دارد، سهواً یا عمداً سؤال‌های شما را نادرست تعبیر کند. اگر خیلی مؤدب باشید، ممکن است این تصور به وجود آید که از پرسیدن این سؤال‌ها شرمنده هستید و یا برای هر پاسخی که به شما داده شود ممنون خواهید بود. از مبهم‌گویی خودداری کنید چون احتمال دارد در وضع بدی گرفتار شوید. وقتی

خبرنگار به منابع خبری ناشناس اشاره می‌کند و می‌گوید «شایع شده است که ...» و یا « به گفته برخی منابع خبری، شما ...» معمولاً با چنین پاسخ‌هایی مواجه می‌شود «چه شایعاتی؟ کدام منابع خبری؟ نام ببرید.» اگر سندی مانند یک اطلاعیه مطبوعاتی و یا روزنامه‌ای دردست دارید که به مطلب مورد اشاره پرداخته است، در صورت نبود منع قانونی، به آن استناد کنید. مثلاً بگویید «روزنامه الف گزارش کرده که شما را هنگام ملاقات با آقای ب دیده‌اند. آیا این مطلب حقیقت دارد؟» بدین ترتیب شما به گزارش یک روزنامه استناد کرده‌اید و نه به شایعاتی که برای اثبات آن هیچ دلیل و مدرکی ندارید. عبارت پردازی شما باید صریح و روشن و سؤال‌هایتان مناسب و بجا بوده و سندیت داشته باشد. این یک مهارت اکتسابی است که باعث جلب اطمینان و احترام بیننده، سردبیر و مصاحبه شونده می‌شود. به خاطر بسپارید که شما به عنوان مصاحبه‌کننده حق ندارید مصاحبه شونده را روانکاری کنید، با او به مجادله بپردازید، او را بازخواست کنید و یا تشویق و حمایت نمایید.

مهارت دیگری که در طول زمان کسب می‌کنید این است که باید به سخنان مصاحبه شونده بدقت گوش کنید و اجازه دهید اظهارات خود را کامل کند. بعضی گزارشگرها تصور می‌کنند که هرچه سؤال‌های بیشتری بپرسند، کار خود را بهتر انجام داده‌اند و نتایج بهتری به‌دست آورده‌اند. علاوه براین، گاهی برای ارسال سریع یک گزارش به استودیوی پخش فشار زیادی اعمال می‌شود. هریک از این دو عامل می‌تواند منجر به یک مصاحبه شتابزده شود که از طرح نکات اصلی و مهم باز می‌ماند.

در صورت امکان سعی کنید زمان کافی به مصاحبه اختصاص دهید. سیاستمداران، بویژه زمانی که در مسند قدرت قرار دارند، معمولاً به این شهرت

دارند که از پاسخ دادن به سؤال‌ها طفره می‌روند و مصاحبه را به سمت و سویی که خود مایلند می‌کشند. وظیفه مصاحبه‌کننده این است که گفت‌وگو را به مسیر اصلی خود برگرداند. در عین حال به گفته‌های یک سیاستمدار با دقت گوش کنید زیرا ممکن است در خلال آن به موضوعی جالب برای ادامه گفت‌وگو برخورد کنید. اگر مایلید مصاحبه شوندگان صریح و بی‌پرده سخن بگویند، به آنان زمان کافی بدهید تا افکار خود را سروسامان دهند. یک پناهنده احتمالاً حرف‌های بیشتری برای گفتن به خبرنگاری دارد که بدون محدودیت زمانی به او اجازه می‌دهد در مورد تجربیات خود بی‌پرده صحبت کند. قطع کردن سخنان مصاحبه شونده در چنین موقعیت‌هایی از بیان شدن مطالب بسیاری جلوگیری خواهد کرد.

گزارش ترکیبی

تهیه کردن یک گزارش ترکیبی بسیار دشوارتر از ساختن گزارش‌های تک نفره است. به‌طور معمول این نوع گزارش شامل صداگذاری روی فیلم و گزارش شفاهی خبرنگار در مقابل دوربین است. یک گزارش تصویری درواقع به طور مفصل به یکی از جریانات خبرساز روز می‌پردازد. به عنوان مثال گزارش مربوط به فروش کلیسای سن دانستان را می‌توان با گزارشی در مورد جلسه سالانه شورای کلیسا که تعطیلی کلیساها را از نقطه نظر اخلاقی بررسی می‌کند، تلفیق کرد.

برای ساختن یک گزارش ترکیبی، خبرنگار باید از قدرت تجسم خوبی برخوردار باشد. نمی‌توانید فقط چند دقیقه از داخل و بیرون کلیسا فیلم بگیرید و توقع داشته باشید که صداگذاری‌تان بر روی تصاویری که از سنگ‌های گرانیت و سنگ مزارهای گورستان گرفته‌اید، بی‌نقص از آب در بیاید. خبرنگار باید با افرادی که به نوعی با کلیسا بویژه حفاظت آن در ارتباط هستند صحبت کند.

گفت‌وگو همچنین باید در موقعیت و شرایطی مرتبط با موضوع صورت بگیرد. صحبت کردن در محیطی نامرتبط با کلیسایی که در مورد آن صحبت می‌شود، بی‌معنی است. بنابراین ضروری است که قرار مصاحبه یا در خود کلیسا و یا در صورت امکان در یکی از جلسه‌های گروه عملیاتی گذاشته شود.

از طریق تحقیق و بررسی می‌توانید طرح کلی مصاحبه خود را روی کاغذ بیاورید. بدین ترتیب فرصتی خواهید یافت تا عقاید خود را در مورد تصاویر و صدای گزارش یادداشت کنید. اینجاست که اهمیت قدرت تجسم خبرنگار مشخص می‌شود. فهرست صحنه‌هایی که به نظرتان از همه مهمتر است و قسمت‌های صداگذاری و گزارش شفاهی را روی کاغذ بنویسید. بهتر است از مداد استفاده کنید تا در صورت برخورد به دیدگاه‌ها و پیشنهادهای جدید بتوانید آنها را براحتی جایگزین کنید. برای تخمین زمان گزارش می‌توانید از دو روش متداول زیر استفاده کنید:

۱ـ این فرضیه که ادای هر سه کلمه تقریباً به یک ثانیه زمان دارد، کاملاً درست است. اما استفاده از این روش مستلزم آن است که وقت زیادی را صرف شمارش واژه‌ها کنید.

۲ـ یک روش دیگر این است که برای هر نکته تازه‌ای که مطرح می‌کنید، ۱۵ ثانیه زمان در نظر بگیرید. (تخمین شما چندان هم دور از واقعیت نخواهد بود.) پس به ازای هر دو نکته مطرح شده در گزارش ۳۰ ثانیه اختصاص دهید و به همین ترتیب زمان کل گزارش را حساب کنید. «کلیسای سن دانستان متعلق به قرن پانزدهم میلادی از بمباران در امان ماند و از آن زمان تا امروز تعداد افرادی که برای نیایش به کلیسا می‌آیند، به طور مداوم کاهش یافته است.»(۱۵ ثانیه)

می‌توانید در مورد طرح پیشنهادی خود با فیلمبردار مشورت کنید. چنانچه در

مکان فیلمبرداری هوا خوب است، می‌توانید ابتدا نماهای خارجی را فیلمبرداری کنید و فضاهای داخلی را برای بعد بگذارید. اگر هوا بد بود به روش عکس عمل کنید. از طرف دیگر احتمال دارد که به شما اجازه ورود به کلیسا داده نشود. بنابراین می‌توانید یک طرح ثانویه برای موارد اضطراری داشته باشید. به خاطر داشته باشید که طرح کاری شما باید انعطاف‌پذیر باشد.

هنگامی که فیلمبردار مشغول گرفتن تصاویری از نمای داخلی و خارجی کلیسا است شما می‌توانید مصاحبه را با ضبط صوت انجام دهید. هنگام تدوین، مدت زمان مصاحبه باید به میزان مورد نظر تنظیم شود. مدت گزارش‌های ترکیبی معمولاً سه تا چهار دقیقه است بنابراین مصاحبه باید در این قالب زمانی بگنجد، به گونه‌ای که زمان کافی برای تصاویر صداگذاری شده باقی بماند. نکته مهم در اینجا تشخیص و حذف قسمت‌های غیرضروری مصاحبه است بدون اینکه به اصل مطلب لطمه‌ای وارد شود.

مصاحبه را در مقابل نمایی که در ارتباط با موضوع است انجام دهید. (در این جا زمینه تصویر می‌تواند نمای خارجی کلیسا باشد.) بهتر است چند صحنه‌ای را نیز از مصاحبه شونده درحالی که مشغول انجام کار دیگری است، فیلمبرداری کنید. به عنوان مثال کارهای خاصی مانند صیقل دادن ظروف و اشیاء برنجی که در کلیسا انجام می‌گیرد. صحنه‌هایی مانند این به بیننده نشان می‌دهد که مصاحبه شونده در حفظ کلیسا چه نقشی ایفا می‌کند. البته بهتر است که این صحنه در مکانی غیر از فضای مصاحبه فیلمبرداری شود. همچنین مصاحبه شونده در پایان صحنه باید از کادر خارج شود در غیر این صورت شما یک پرش صحنه خواهید داشت. شاید در تدوین نهایی فیلم از این صحنه استفاده نشود اما به هرحال داشتن چند دقیقه از این تصاویر می‌تواند مفید باشد. به منظور تداوم گفت‌وگو لازم

است از مصاحبه شونده سؤال‌هایی بپرسید که نیاز به پاسخ مستقل دارند و با بلی یا خیر شروع نمی‌شوند. یک روش این است که سؤالات خود را با واژه‌هایی نظیر چه کسی، چه کاری، کجا، چه وقت، کدام، چرا و چگونه شروع کنید. روش دیگر این است که از او بخواهید در مورد وضعیت موجود توضیح دهد. مثلاً بگویید «لطفاً بفرمایید که برای جلوگیری از تعطیلی کلیسا چه برنامه‌هایی دارید؟»

پس از تکمیل مصاحبه می‌توانید گزارش خود را بنویسید. بخشی از این گزارش را می‌توانید در مقابل دوربین اجرا کنید که معمولاً در پایان گزارش می‌آید. شما به عنوان خبرنگار باید در جریان صحنه‌های مختلفی که تصویربرداری شده باشید تا بتوانید از آن یک فهرست تهیه کنید. بدون داشتن اطلاع از ترتیب نمایش تصاویر شما مجبور خواهید شد به حدس و گمان متوسل شوید و فقط امیدوار باشید که گزارش شما درست به اندازه تصاویر زمان ببرد.

نکته مهم دیگر اینکه هنگام تهیه گزارش، آخرین تحولات روز را در مورد موضوع مورد نظر دنبال کنید. اگرچه اسقف مدگیت تا آن لحظه از اظهارنظر خودداری کرده است، ممکن است درست زمانی که گزارش شما در حال تدوین است او در شورای کلیسا در این باره صحبت کند. بسیار مضحک است که در گزارش شما مطرح شود اسقف هنوز به طور رسمی اعلام نظر نکرده است، درحالی که او در همان روز راجع به این موضوع ابراز عقیده کرده باشد.

زمان هر صحنه را بدقت اندازه بگیرید و برای اطلاع سردبیر استودیوی پخش توضیحات و پیشنهادهای خود را روی نوار ضبط کنید. مثلاً: «مصاحبه با مسؤول گروه عملیاتی تا سه ثانیه دیگر شروع می‌شود. (مکث)» هنگام تهیه یک گزارش تلویزیونی شما وظایف محقق، کارگردان، مصاحبه‌کننده، نویسنده، ویراستار و تهیه‌کننده را برعهده دارید تا بتوانید یک گزارش را به صورت کامل به شبکه ارسال

و یا مخابره کنید. یک گزارش ترکیبی در حقیقت توسط گزارشگر خلق می‌شود. چنانچه با یک فیلمبردار ماهر که صحنه‌های کاملی از زوایای مختلف می‌گیرد کار کنید، می‌توان یک گزارش را تنها ظرف چند ساعت تدوین و تکمیل کرد. پس از تکمیل کار تلفنی با سردبیر برنامه و نویسنده استودیوی پخش صحبت کنید تا مطمئن شوید همه چیز روبه راه است و توضیحات لازم را نیز به آنان ارائه کنید.

هنگام تهیه یک گزارش تلویزیونی، باید نکات زیر را در نظر داشته باشید:

- برنامه نباید از مدت زمان مورد نظر طولانی‌تر شود.
- گزارش را طوری تنظیم کنید که از نظر زمانی هم اندازه تصاویر باشد.
- صحنه‌های فیلمبرداری شده را به ترتیب در فهرستی وارد کنید.
- برای نویسنده و سردبیر برنامه که ممکن است همان گوینده اخبار نیز باشد، توضیحات لازم را روی نوار ضبط کنید.
- اطلاعات گزارش شما باید مطابق با آخرین اخبار روز باشد.
- برای گوینده اخبار چند جمله‌ای را به عنوان مقدمه بنویسید تا در ابتدای گزارش بخواند.

گوینده اخبار: شورای سالیانه کلیسا امروز در جلسه خود در مورد فروش کلیساهای محلی که شاهد کاهش شدید مشارکت مردمی در مراسم مذهبی بوده‌اند، به بحث و تبادل نظر پرداخت. مجادله بر سر این موضوع به مذاکرات این شورا محدود نمی‌شود. ساکنین یکی از بخش‌های جنوبی لندن بتازگی برای حفاظت از یکی از تاریخی‌ترین کلیساهای منطقه یک گروه عملیاتی ویژه تشکیل داده‌اند. خبرنگار امور مذهبی ما، ساندی بیچ[1]، ضمن بازدید از منطقه چادنی[2] گزارشی

1. Sandy Beach 2. Chadney

در این زمینه تهیه کرده است.

گزارشگر: کلیسای سن دانستان متعلق به قرن پانزدهم میلادی از بمباران‌های سال ۱۹۴۱ در امان ماند...

وقتی مقدمه کافی برای معرفی گزارش خود در اختیار گوینده بگذارید، از تکرار مطالب مشابه جلوگیری می‌شود.

ساختن گزارش‌های ترکیبی بتدریج به بخشی از وظیفه روزمره یک گزارشگر تبدیل می‌شود و انجام آن بمراتب سریع‌تر و آسان‌تر می‌گردد. داشتن اطلاعاتی در مورد نحوه نوشتن و ویرایش اخبار در اتاق خبر، فنون فیلمبرداری و قواعد مربوط به اخبار تلویزیون به گزارشگر کمک می‌کند تا وظیفه خود را بهتر انجام دهد.

۱۴

گزارشگر رادیو

وظایف و مسؤولیت‌های کارکنان رادیو تعریف ویژه‌ای دارد، زیرا این رسانه تصویری را مخابره می‌کند که هیچ کس قادر به دیدن آن نیست. این امر در ظاهر بدیهی است، اما بسیاری از افرادی که در تولید برنامه‌های رادیویی نقش دارند آن را فراموش می‌کنند. تولید گزارش‌های رادیویی ممکن است آسان به نظر بیایید شاید به این دلیل که نحوه انجام کار در تصویر نشان داده نمی‌شود. برخلاف مطبوعات، در رادیو هیچ مطلبی به صورت دائمی ثبت نمی‌شود تا احیاناً بتوان با مراجعه به آن نویسنده را سرزنش کرد. از اشتباه‌های لفظی می‌توان به آسانی گذشت زیرا واژه‌ها پس از لحظه‌ای ناپدید می‌شوند. آنچه بیش از همه موجب نگرانی کارکنان رادیو می‌شود ترس از سکوت یا فضای خالی در برنامه است. درست همان‌گونه که فضای خالی در صفحه و نبود تصاویر کافی روزنامه‌نگاران و تهیه‌کنندگان برنامه‌های تلویزیونی را مضطرب می‌سازد. این نگرانی ممکن است تبدیل به یک دلمشغولی بزرگ یا وسواس فکری شود و به همین دلیل باید با آن مبارزه کرد.

بعضی افراد از تولیدکنندگان رادیویی انتقاد می‌کنند که تمام هم و غم‌شان را روی پرکردن فضای خالی برنامه می‌گذارند. آنها می‌گویند برنامه‌های رادیو همگی شبیه به هم هستند و توسط مجریانی ارائه می‌شوند که براحتی می‌توانند جای خود را با یکدیگر عوض کنند زیرا هیچ کدام توانایی نشان دادن یک شخصیت منحصر به فرد را ندارند. به جای معرفی ستاره‌ها یا چهره‌های سرشناس، رادیو معمولاً گروهی از مجریانی را مطرح می‌کند که صداهایشان همگی شبیه به هم است. در انگلستان این مجریان مشابه هنوز هم به زبان محاوره‌ای که در اواخر دهه ۱۹۶۰ باب شده بود سخن می‌گویند. ظاهراً رادیو تمایلی برای تحول و تغییر ندارد و پیرو این بینش است که برنامه‌ها را برای افرادی که کاملاً مشابه همدیگر هستند و نه کسانی که دارای ویژگی‌های خاص فردی هستند پخش می‌کند. به نظر می‌رسد برای مدت‌های طولانی رادیو فقط جایگاهی برای آموزش خبرنگاران، گویندگان و تهیه کنندگانی بوده که هدف نهایی آنان کارکردن در تلویزیون است و ظاهراً این رسانه به داشتن همین جایگاه رضایت دارد. متأسفانه این طور تصور می‌شود که رادیو نوع ضعیف‌تری از ارتباط است.

در این فصل به شیوه‌های خاص گزارشگری رادیو ازمصاحبه با مردم گرفته تا خواندن اخبار می‌پردازیم. درواقع می‌توان مطالب مطرح شده در این فصل را شیوه‌های اساسی گزارشگری برای رسانه‌های دیداری شنیداری نامید. اما آنچه نمی‌توان در این فصل ارائه کرد و درواقع نمی‌توان به کسی آموخت آن توانایی درونی است که با استفاده از آن می‌توانید بفهمید گزارشگری رادیو چیست و چگونه باید باشد.

ایستگاه رادیویی

در بریتانیا چهار نوع شبکه رادیویی وجود دارد که برای پخش موسیقی و

برنامه‌های دیگر در داخل کشور مجوز دارند. این شبکه‌ها عبارتند از بی بی سی، رادیوی ملی بازرگانی[1]، رادیوی محلی مستقل[2] و رادیوی اجتماعی[3].

بی بی سی ۳۹ ایستگاه رادیویی غیربازرگانی دارد. بودجه این ایستگاه‌ها از طریق فروش مجوز تلویزیونی این شبکه به مردم و نیز پخش برنامه روی موج اف ام و موج متوسط تأمین می‌شود. محتوای برنامه‌های روزانه تلفیقی غنی از اخبار و گزارش‌های داخلی و برنامه‌های سرگرم‌کننده است. مشارکت مردمی در این برنامه‌ها بسیار خوب است و شنونده‌ها از طریق تلفن با برنامه‌های زنده تماس می‌گیرند. اخبار داخلی توسط گزارشگران رادیو تهیه می‌شود که وظیفه خواندن گزارش‌های خبری را نیز در فواصل زمانی مشخص برعهده دارند. اخبار شامل موضوع‌های مهم ملی و منطقه‌ای می‌شود. سیاست دو رسانه‌ای شبکه خبری بی بی سی برای تهیه و تولید برنامه‌های خبری بدین معناست که رادیوهای محلی و شبکه‌های تلویزیونی منطقه‌ای می‌توانند در صورت لزوم از منابع مشترک استفاده کنند. یعنی گزارشگران رادیو و تلویزیون ممکن است موظف به تهیه گزارش‌هایی شوند که در هر دو رسانه قابل پخش باشد.

مجوز رادیوی ملی بازرگانی به سه ایستگاه مختلف اعطا شده است که محتوای برنامه‌ها و اخبار هریک از دیگری متمایز است. این شبکه‌ها عبارتند از «کلاسیک اف ام[4]»، «تاک رادیو[5]» و «رادیو ویرجین[6]».

رادیوی محلی مستقل نیز برنامه‌های خود را روی موج اف ام مخابره می‌کند. این رادیو متشکل از شرکت‌های تجاری غیروابسته‌ای است که بودجه خود را از طریق جذب آگهی تأمین می‌کنند. در انگلستان مجوز پخش برنامه‌ها را اداره

---

1. National commercial radio 2. Independent local radio

3. Community radio 4. Classic FM 5. Talk Radio UK 6. Virgin Radio

مستقل پخش رادیویی[1] صادر می‌کند. به‌طور کلی فرصت‌های شغلی برای خبرنگاران در ایستگاه‌های محلی زیاد نیست. با این وجود شبکه اخبار رادیویی مستقل[2] که وظیفه آن تأمین خبر برای رادیوهای مستقل است، خبرنگاران را استخدام می‌کند.

علاوه بر سه شبکه رادیویی اصلی، یک رادیوی دیگر که رادیوی اجتماعی نامیده می‌شود وجود دارد. این عنوان درواقع به نوعی رادیوی محلی اطلاق می‌شود که برای پخش برنامه‌های غیرتجاری و به عنوان یک مؤسسه غیرانتفاعی که توسط نیروهای داوطلب اداره می‌شود، مجوز دارد. این رادیو در شروع فعالیت خود برای پوشش اخبار بیمارستان‌ها تأسیس شد. بدین شیوه که خبرنگاران داوطلب به ملاقات بیماران می‌روند تا با آنها گفت‌وگو کنند. این گفت‌وگوها ضبط و سپس از استودیو پخش می‌شود. بیماران نیز با استفاده از گوشی‌هایی که در کنار تخت آنها نصب شده است می‌توانند به این برنامه‌ها گوش کنند. برای کسانی که اندیشه کار در رادیو را درسر دارند، رادیوهای اجتماعی، موقعیت‌های خوبی به شمار می‌روند. از طریق این رادیو می‌توان به تجربیات بسیار ارزشمندی در زمینه گفت‌وگو با افراد، استفاده از بایگانی موسیقی و تولید و اجرای برنامه دست یافت.

مثال

توسعه و رشد ایستگاه‌های رادیویی محلی بی بی سی و ظهور رادیوهای مستقل در کشور انگلستان تاحدود زیادی مدیون ابتکار عمل افرادی است که زمانی از طریق فرستنده‌های مخفی برای مردم این کشور برنامه پخش می‌کردند. این

---

1. Independent Broadcasting Authority 2. Independent Radio News

ایستگاه‌های رادیویی که با تغییر کاربری کشتی‌های بخار یا قایق‌های باربری از آن سوی آب‌های متعلق به بریتانیا برای مردم این کشور برنامه پخش می‌کردند، توسط سرمایه‌داران خصوصی تأمین مالی می‌شدند. هدف این رادیوها که به دلیل ماهیت کارشان به دزدان دریایی شهرت یافتند، ترویج موسیقی پاپ و راک بود که در دهه ۱۹۶۰ رونق یافته بود و تا سال ۱۹۶۷ رادیو بی بی سی تمایلی به پخش این نوع موسیقی نشان نمی‌داد. یک ایستگاه مستقل دیگر نیز که از آن سوی آب‌های انگلستان، اما نه به شکل دزدان دریایی، برنامه پخش می‌کرد رادیو لوگزامبورگ[1] بود که در دهه ۱۹۶۰ به یک مؤسسه خبری معتبر تبدیل شده بود. این رادیو که توسط انگلیسی‌ها اداره می‌شد، از «گراندوچی[2]» در لوگزامبورگ برای بریتانیا و دیگر کشورهای اروپایی برنامه پخش می‌کرد. این رادیو از حدود سی سال پیش از انقلاب موسیقی پاپ در دهه ۱۹۶۰ فعال بود. تنها مشکلی که رادیو لوگزامبورگ و فرستنده‌های مخفیانه دریایی داشتند این بود که شنونده‌ها باید تا تاریک شدن هوا صبر می‌کردند تا بتوانند برنامه‌ها را با کیفیت خوب دریافت کنند زیرا فرکانس‌ها تنها در زمان تاریکی هوا تقویت می‌شدند.

در اواخر دهه ۱۹۸۰، دیگر نشانی از رادیو لوگزامبورگ و رادیوهای مخفی نبود. اما نقش تاریخی این رادیوها در ایجاد طیف وسیعی از شبکه‌های رادیویی که امروزه در انگلستان وجود دارد و مهمتر از آن در ترویج موسیقی و فرهنگ پاپ در آن کشور انکارناپذیر است. این رادیوها همچنین باعث ایجاد تعداد زیادی شغل و نیز سبک‌های مختلف ارائه برنامه‌های رادیویی شدند که هنوز هم مورد استفاده قرار می‌گیرند.

---

1. Radio Luxembourg 2. Grand Duchy

رادیوهای مخفی هنوز هم در برخی نقاط انگلستان فعال هستند اما این شبکه‌ها به جای مستقر شدن در دریا یا کشورهای خارجی، امروزه در شهرهای بزرگ فعالیت می‌کنند. این رادیوها نیز مانند ایستگاه‌های مخفی اولیه، برنامه‌های بدیع و تازه پخش می‌کنند و مخاطبان آنها کسانی هستند که برنامه‌های معمولی رادیو سلیقه آنها را ارضا نمی‌کند. برخی از این ایستگاه‌های مخفی حتی ممکن است در نهایت موفق به دریافت مجوز پخش شوند.

تهیه گزارش

مسؤولیت پیداکردن سوژه‌های خبری همیشه برعهده خبرنگار است حتی اگر مدت کمی از ورود او به یک ایستگاه رادیویی یا به این حرفه گذشته باشد. گاهی اوقات خبرنگار موضوع مورد نیاز خود را از لابه‌لای دورنگارهایی که ادارات روابط عمومی یا مسؤولان مطبوعاتی سازمان‌های مختلف در مورد تحولات شوراها، دانشکده‌ها و یا پلیس به رادیو می‌فرستند، پیدا می‌کند. اما به‌طور کلی پیدا کردن سوژه‌های خبری مستلزم تلاش و توجه شبانه‌روزی است.

گزارشگر رادیو نیز مانند یک روزنامه‌نگار باید سعی کند با افراد جامعه‌ای که مخاطبین نهایی او هستند، ارتباط نزدیک برقرار کند و آشنا شود. شاید شما برای یافتن ایده‌های جدید مطبوعات را مطالعه کنید و جالب است بدانید که روزنامه‌نگاران نیز غالباً به همین منظور به اخبار رادیو گوش می‌کنند. با این حال رادیو معمولاً درگزارش خبرهای داغ و دست اول از دیگر رسانه‌ها پیشی می‌گیرد، صرفاً بدان دلیل که رادیو دست کم ساعتی یک بار خبر پخش می‌کند درحالی که روزنامه‌ها توان رقابت به این شکل را ندارند. نکته مهم اینکه اخبار رادیو باید به طور مداوم جدیدتر شود به‌گونه‌ای که اخبار ساعت ۱۰ صبح اطلاعات کامل‌تری

در مورد موضوع‌های خبری ساعت ۹ ارائه کنند.

دانستن این موضوع که شنونده‌ها انتظار دارند چه نوع خبرهایی را از رادیو بشنوند مهم است. به عنوان مثال در یک منطقه روستایی که اقتصاد آن شدیداً به کشاورزی وابسته است، اخبار مربوط به کشت و برداشت محصولات قطعاً از اولویت بیشتری برخوردار است. اما تنها موضوع خبر نیست که به آن اهمیت می‌بخشد بلکه اجزای سازنده خبر اهمیت بیشتری دارد.

در انگلستان اولویت‌های اخبار ملی با خبرهای محلی و منطقه‌ای متفاوت است. اخبار محلی می‌تواند به مسایل جزئی‌تری از قبیل عکس‌العمل و دیدگاه‌های افرادی که به‌طور مستقیم در ارتباط با خبر هستند، بپردازد. فرض کنید دامداران تپه‌های منديپ[1] در جنوب غربی انگلستان صدها رأس از بره‌های خود را در اثر یک کولاک سهمگین و غیرمنتظره در ماه آوریل از دست داده‌اند. خبرنگاران با یکی از این دامدارها در مورد این حادثه گفت‌وگویی می‌کنند. چنانچه این گزارش از اخبار سراسری پخش شود، به احتمال زیاد بسیاری از شنونده‌ها که این واقعه را به خود غیرمرتبط می‌دانند، رادیو را خاموش خواهند کرد. ممکن است هوا در محل زندگی این افراد گرم و آفتابی یا بارانی باشد، یا شاید آنها در یک شهر بزرگ زندگی می‌کنند و یا شاید هم به دلیل لهجهٔ غلیظ آن دامدار بدرستی متوجه صحبت‌های او نشوند. اما برای مخاطبین محلی بارش برف در این وقت سال و تلاش آن دامدار برای نجات دام‌هایش یک خبر داغ و مهم است. ممکن است صدها نفر با این شخص و محل زندگی او از نزدیک آشنا باشند. شاید حتی گروهی از شنونده‌ها با این فرد احساس همدردی کنند و تلاش نمایند به نوعی او را یاری

1. **Mendip**

دهند. اینجاست که اهمیت اخبار محلی در حفظ اتحاد میان افراد در جوامع کوچک مشخص می‌شود.

توصیه می‌شود در مورد جامعه مخاطبان خود اطلاعات تخصصی‌تری کسب کنید. اولین نکته‌ای که باید به آن توجه کنید این است که در هر منطقه‌ای مشغول کار و تهیه گزارش هستید، از یاد نبرید که مردم نسبت به جامعه و هویت خود احساس غرور و تعصب می‌کنند. ممکن است نیمکت‌های پارک شهر که از دو سال پیش توسط خرابکاران تخریب شده است هنوز به همان شکل باقی مانده باشد و یا اینکه خیابان‌ها کثیف باشد و ظاهراً کسی به آن اهمیت ندهد. اما معنایش آن نیست که در این جامعه غرور و تعصب وجود ندارد. مسن‌ترها ممکن است در مورد روزهای خوب گذشته صحبت کنند و امیدوار باشند که روزهای بهتری در انتظار همه باشد. این به نوبه خود یک خبر است بویژه اگر تلاش‌های هماهنگ و گسترده‌ای برای تعمیر و تجهیز امکانات عمومی شهر در حال انجام باشد. مردم استان‌های مختلف به تاریخ و گذشته خود می‌بالند و از هویت منحصر به فرد خود احساس غرور می‌کنند. توصیه می‌شود این نکته را همیشه به خاطر بسپارید.

با چندبار مراجعه به کتابخانه محلی یا موزه استانی می‌توانید دریابید که این استان یا منطقه چه نقش خاصی در تاریخ کشور ایفا کرده است. صرف زمان و انرژی برای این کار نتیجه‌بخش خواهد بود. دقت کنید که نام مکان‌های محلی را یادگرفته به درستی تلفظ کنید.

استفاده از عناصر واقعی

از آنجا که رادیو فقط به صوت و کلام متکی است، تاحد امکان در گزارش‌های خبری خود از عناصر واقعی استفاده کنید. گزارشگر رادیو باید شخصاً در صحنه

حضور داشته باشد تا بتواند به طور مستقیم از آنچه روی داده و یا در حال وقوع است گزارش تهیه کند. اگر این امکان وجود نداشت، گزارشگر می‌تواند از داخل استودیو با افرادی که به نوعی درگیر ماجرا هستند، گفت‌وگو کند. مثلاً می‌توانید با یک مقام دولتی صحبت کنید که در مورد عواقب یک تصمیم سیاسی برای یک شهر یا منطقه خاص توضیح می‌دهد، یا یک شاهد عینی که در زمان وقوع حادثه حضور داشته و یا شاهدی که دیرتر به صحنه حادثه رسیده است اما می‌تواند در این مورد اطلاعات رسمی دراختیارتان قرار دهد (مانند افسر پلیس یا مأمور آتش‌نشانی) و سرانجام یک کارشناس که در تماسی تلفنی موقعیت حادثه را تشریح می‌کند.

تجهیزات فنی

امروزه مینی‌دیسک و نرم‌افزارهای صوتی رایانه‌ای به‌طور گسترده‌ای جایگزین ضبط صوت شده‌اند و برای ضبط و تدوین گزارش از آنها استفاده می‌شود. البته هنوز هم شاید بعضی از ایستگاه‌های رادیویی از ضبط صوت استفاده کنند. بنابراین آشنایی با طرز کار هردو سیستم مفید است.

کیفیت میکروفون‌ها نیز روز به روز بهتر می‌شود. میکروفون درواقع به منزله یک گوش برای دستگاه ضبط یا حتی برای شنونده عمل می‌کند. دو نوع میکروفون وجود دارد: میکروفون تک جهتی و چند جهتی. هنگام کار با میکروفون تک جهتی باید آن را به سمت شخصی که صحبت می‌کند بگیرید. اگر میزان صدا را درست تنظیم کرده باشید لازم نیست میکروفون را درست زیرچانه شخص نگه دارید. میکروفون تک جهتی صدا را روی یک خط مستقیم از جلو (مصاحبه شونده) و عقب (مصاحبه‌کننده) دریافت می‌کند و به شکل هوشمندانه‌ای صداهایی

را که از دو جهت دیگر می‌آید نادیده می‌گیرد. (اگر هردو میدان صوتی قابل مشاهده باشد، آن را به شکل عدد هشت لاتین خواهید دید.) میکروفون‌های چند جهتی صدا را در یک میدان دایره شکل و از تمام جهات دریافت می‌کنند و نیاز به حرکت کمی دارند. اگر قصد گفت‌وگو با یک شخص را در میان جمع دارید، این نوع میکروفون چندان مناسب نیست زیرا صداهای اضافی محیط اطراف را نیز دریافت می‌کند.

همیشه سیم اضافی میکروفون را دوردستتان بپیچید. زیرا ممکن است یک صدای خش اضافی ایجاد شود. درواقع سیم بلند باعث می‌شود تا هنگام گوش کردن به نوار ضبط شده صدایی شبیه تکان دادن جغجغه بشنوید. قبل از شروع ضبط صدای مصاحبه شونده، بهتر است میزان صدا را تنظیم کنید. این کار اهمیت زیادی دارد زیرا صدای افراد مختلف از شدت و ضعف متفاوتی برخوردار است و میزان صدای ضبط صوت را می‌توان مطابق با آن تنظیم کرد. یک راه خوب این است که نام کامل فرد و هجی آن به همراه عنوان و شغل او را سؤال کنید. این اطلاعات هنگام نوشتن توضیح مصاحبه به دردتان خواهد خورد. فقط کافی است که جمله‌ای را با صدای طبیعی خود بیان کنند. اگر عقربه‌ای که میزان بلندی صدا را نشان می‌دهد وارد قسمت قرمز نشد معنایش آن است که میزان صدا مناسب است. در غیر این صورت باید دستگاه را نسبت به صدای مصاحبه شونده تنظیم کنید. مینی‌دیسک‌ها معمولاً این کار را به صورت خودکار انجام می‌دهند.

کمی از صدای محیط اطراف را ضبط کنید. صدای پس زمینه ممکن است مربوط به سروصدای عادی و متعادل در یک اتاق انتظار و یا صداهای بسیار بلند یک کارخانه یا کارگاه کشتی‌سازی باشد. حدود ۲۰ تا ۳۰ ثانیه کافی است و

می‌توانید آن را به ابتدا یا انتهای گزارش خود اضافه کنید و یا حتی از آن به عنوان پس زمینهٔ صوتی استفاده کنید. بدین ترتیب شنونده می‌تواند محیط مورد نظر را نیز در ذهن مجسم کند.

ممکن است لازم شود هنگامی که مصاحبه شونده در حال صحبت است سرمیکروفون را کمی به سوی او بچرخانید و دوباره موقعی که خود صحبت می‌کنید آن را به طرف خود برگردانید. این کار به فاصله میان شما و مصاحبه شونده و سروصدای محیط بستگی دارد. چنانچه تفاوت قد زیادی با مصاحبه شونده ندارید میکروفون را در وضعیت راحتی نگه دارید به‌طوری که مزاحم او نباشد. اگر برای داشتن صدای خوب مجبور شدید که میکروفون را به دهان او نزدیک کنید، بدانید که یک جای کار ایراد دارد. قبل از ضبط مصاحبه اطمینان حاصل کنید که هیچ صدای غیرمنتظره‌ای کار شما را دچار اخلال نمی‌کند مثلاً صدای زنگ تلفن، موتور یخچال، یا زنگ ساعت. اگر احتمال صداهای غیرمنتظره وجود دارد ببینید آیا می‌شود دستگاه یا وسیله مورد نظر را خاموش کرد. در غیر این صورت مصاحبه را در مکان دیگری انجام دهید.

برای بهبود کیفیت صدای ضبط شده معمولاً روی میکروفون یک حفاظ بادی قرار می‌دهند. این حفاظ درواقع یک اسفنج مخروطی یا کروی شکل است که روی میکروفون قرار داده می‌شود تا همانگونه که از نامش پیداست، از سروصدایی که در اثر وزش باد ایجاد می‌شود جلوگیری کند.

در صورت استفاده از مینی دیسک یا ضبط صوت یادتان باشد که حتماً باتری اضافه بردارید و از فضای خالی روی دیسک و نوار کاست نیز اطمینان حاصل کنید. اگر بدانید که چه تعدادی از گزارشگران رادیو به دلیل نداشتن لوازم کافی دچار مشکل می‌شوند، حتماً بسیار تعجب می‌کنید.

مصاحبه

اخبار رادیویی که فقط توسط گوینده خوانده شود نه تنها کسل‌کننده می‌شود بلکه از اعتبار چندانی نیز برخوردار نیست. زیرا شنونده جریانات و حوادث خبری را تنها از زبان گوینده رادیو می‌شنود. گفت‌وگو با افرادی که به نوعی باخبر مورد نظر در ارتباط هستند باعث می‌شود تا تصویر جامع‌تری به ذهن شنونده منتقل شود. صدای افراد در اخبار رادیویی همانقدر اهمیت دارد که تصاویر آنها در اخبار تلویزیون. یک مصاحبه درواقع توصیف و تشریح یک ماجرای خبری است. گزارشگر با افرادی که مستقیماً درگیر ماجرا بوده‌اند صحبت می‌کند تا احساس آنها و فضای حاکم بر محیط را نیز به شنونده انتقال دهد. بدین ترتیب می‌توان احساس خشم و سردرگمی مالکی را که خانه‌اش در جریان باران‌های سیل‌آسا ویران شده و یا احساس خوشحالی پدر و مادری راکه فرزند بیمارشان در بیمارستان بهبود یافته منتقل کرد. مصاحبه نه تنها به جالب‌تر شدن برنامه‌های رادیویی کمک می‌کند بلکه در صورت تدوین مناسب، روشی است تا مردم نیز دیدگاه‌های خود را مطرح کنند و نیز به تعدیل محتوای گزارش کمک می‌کند. مطالب بیشتر در این زمینه در بخش مربوط به تدوین گزارش آمده است.

نحوه لباس پوشیدن

افرادی که در رادیو کار می‌کنند گاهی وسوسه می‌شوند که با لباس غیر رسمی به مأموریت‌های کاری خود بروند. ممکن است ببینید که مجری‌های رادیو با لباس راحتی و شلوار جین و تی‌شرت برای اجرای برنامه به استودیو می‌آیند. این کار برای داخل استودیو اشکالی ندارد اما برای خبرنگاری که می‌خواهد به جاهای مختلف سرکشی کند و با افراد مختلف گفت‌وگو نمایند، مناسب نیست. اگر شیوه

لباس پوشیدن شما جدی نباشد، چطور می‌توانید توقع داشته باشید که دیگران شما را جدی بگیرند؟ گوینده اخبار یا گزارشگر تلویزیون لباس غیررسمی بر تن ندارند، پس شما نیز همین‌گونه رفتار کنید. خبرنگاران افراد مرتبی هستند و خبرنگاری نیز حرفه‌ای است که باید در آن خوش لباس و مرتب بود.

یک دلیل دیگر نیز برای داشتن ظاهری تمیز و آراسته وجود دارد. گزارشگران رادیو در نظر گروه‌های مردمی مانند ستارگان و چهره‌های سرشناس هستند. اینکه صدای شما در منطقه وسیعی از طریق رادیو شنیده می‌شود، از قسمت‌های پرجاذبه کارتان است. به همین دلیل بعد از مدتی تاحدودی مشهور می‌شوید. پس از کار برای یک ایستگاه رادیویی، بتدریج نامه‌هایی از طرفداران خود دریافت می‌کنید و حتی شاید بعضی افراد هنگام خرید از یک فروشگاه، صدای شما را بشناسند. بنابراین اجازه ندهید که سر و وضع آشفته شما باعث حیرت شنونده‌ها و زیرسؤال رفتن اعتبار شما و رادیویتان بشود.

مصاحبه با شخصیت‌ها

گفت‌وگو با اشخاص مشهور می‌تواند دلهره‌آور باشد. نه به این خاطر که ممکن است نحوه رفتار یا گفتار آنها شما را عصبی کند، بلکه بیشتر به این دلیل که شما می‌دانید فرد مصاحبه شونده در زمینه کاری خود بسیار موفق است و مردم احترام زیادی برای او قایل هستند.

مانند همه مصاحبه‌های دیگر، در مورد سابقه شخص مورد نظر اطلاعات کافی کسب کنید. اگر این شخص به شهر شما آمده تا برای نمایش خود در تئاتر محلی یا کتاب جدیدش تبلیغ کند، تا می‌توانید در مورد آخرین کار او اطلاعات جمع‌آوری کنید. هیچ چیز بیشتر از خبرنگار یا مجری‌ای که به اندازه کافی در مورد موضوع

گفت‌وگو تحقیق نکرده، مصاحبه شونده را ناراحت نمی‌کند. اگر از یک نویسنده مشهور بپرسید «چه چیز باعث شد تا شما به این شهر سفر کنید؟» درحالی که بسیار واضح است که او برای معرفی و تبلیغ آخرین کتاب خود به این جا آمده، بدون شک استحقاق برخورد تحقیرآمیزی را که با شما خواهد شد، دارید.

در بسیاری موارد افراد سرشناس تنها در صورتی با انجام مصاحبه موافقت می‌کنند که به آنها فرصت داده شود در مورد آخرین کار خود تبلیغ کنند. اما مصاحبه شما نباید صرفاً با این هدف انجام شود. شنونده‌ها مایلند مطالب متنوع دیگری نیز در مورد شخصیت مورد نظر بشنوند. بنابراین از جانب آنها این سؤالات را بپرسید. مثلاً اگر با یک خواننده مشهور در مورد کتاب شعری که بتازگی نوشته صحبت می‌کنید، از او سؤال کنید آیا قصد دارد آلبوم دیگری نیز ضبط کند یا خیر.

با هر کسی که مصاحبه می‌کنید، ابتدا اطلاعات کاملی در این موارد کسب کنید که او چه کسی است و نماینده کدام سازمان یا تشکیلات است. به همین ترتیب آنها نیز باید بدانند که شما که هستید و نماینده کدام رادیو هستید. بنابراین همیشه قبل از تعیین قرار مصاحبه خود را معرفی کنید و بگویید برای کدام شبکه رادیویی کار می‌کنید.

هنگام تنظیم صدا از مصاحبه شونده بخواهید که نام خود و شیوهٔ نگارش آن و نیز شغل و شرح وظایف خود را بگوید. این یک شیوه ساده برای حصول اطمینان از این مسأله است که اطلاعات صحیح و کافی در مورد او دارید.

مفید و مختصر

قبل از مصاحبه سؤالات خود و هدفی را که از طرح آنها دنبال می‌کنید، در نظر

بگیرید. لازم نیست سؤال‌ها را یادداشت کنید و از روی نوشته بخوانید، زیرا این کار در نظر مصاحبه شونده بسیار غیرحرفه‌ای جلوه می‌کند. سؤال‌ها باید مفید، مختصر و مرتبط باشد. اما سعی کنید انعطاف‌پذیر باشید در جریان گفت‌وگو شاید پاسخ‌های مصاحبه شونده زمینه را برای طرح سؤال‌های جدید آماده کند و مسیر مصاحبه را تغییر دهد. می‌توانید در ادامه به همان موضوع اصلی برگردید. دقت کنید سؤالی نپرسید که مصاحبه شونده در خلال صحبت‌های قبلی به آن پاسخ داده است. این کار هم به مصاحبه شونده و هم به شنونده نشان می‌دهد که شما با دقت به سخنان طرف مقابل گوش نمی‌کرده‌اید.

در بعضی موارد لازم می‌شود که با قاطعیت عمل کنید و روی سؤال‌هایی که مطرح می‌شود تأکید کنید. سیاستمداران معمولاً به زیاد صحبت کردن شهرت دارند و در صورتی که شما مقاومت نکنید، روند گفت‌وگو را دردست می‌گیرند. موضع خود را در برابر چنین رفتاری حفظ کنید و مؤدبانه اما با قاطعیت روند مورد نظر خود را در مصاحبه دنبال کنید. به خودتان مسلط باشید، حرفه‌ای رفتار کنید، تحت تأثیر طرف مقابل قرار نگیرید و از همه مهم‌تر به سخنان او گوش کنید.

تمرین نکنید

چنانچه مصاحبه شونده می‌خواهد بداند در چه زمینه‌ای قرار است با او گفت‌وگو کنید، باکمال میل این موضوع را به او بگویید. اما هیچ‌گاه سؤال‌هایی را که قرار است بپرسید به او نگویید و مصاحبه را از قبل با او تمرین نکنید.

آماده‌سازی

یک خبرنگار خوب می‌تواند با استفاده از روشی که نوعی آماده‌سازی مقدماتی

است، به مصاحبه شونده کمک کند احساس راحتی بیشتری داشته باشد. شاید در بعضی موقعیت‌های خاص تمایل زیادی نسبت به اجرای مرحله آماده‌سازی نداشته باشید، اما به مرور زمان درمی‌یابید که این کار را به‌طور طبیعی انجام می‌دهید. باید خونسردی و تسلط به خود را نشان دهید. مصاحبه شونده نیز ممکن است کمی نگران و دستپاچه باشد بویژه اگر زیاد به گفت‌وگو با خبرنگاران عادت ندارد. اگر با لبخند با مصاحبه شونده سلام و احوالپرسی کنید (البته به شرط آنکه مناسبت تأسف‌آور و غم‌انگیزی نباشد)، مستقیماً به چشمهای او نگاه کنید و نحوه برخورد و حرکات چهره و دست‌های شما راحت و مطمئن باشد، این حالت باعث می‌شود تا او نیز احساس آرامش کند. اما اگر دست به سینه باشید، یا دست‌هایتان را داخل جیب‌های خود کنید و یا عینک آفتابی خود را برندارید، احتمال اینکه مصاحبه شونده احساس آرامش کند و با شما راحت و صریح سخن بگوید بسیار ضعیف است.

حتی شاید میکروفون و ضبط صوت شما باعث شود که مصاحبه شونده نگران شود. برای برطرف کردن احساس ناراحتی او در مورد وسایل و مدت زمان تقریبی مصاحبه و مسایلی از این دست کمی توضیح دهید. اما هرگز وسوسه نشوید که برای جلب رضایت او نوار ضبط شده مصاحبه را بگذارید تا گوش بدهد. بعضی افراد از شنیدن صدای ضبط شده خود خوشحال نمی‌شوند و حتی ممکن است با اصرار بخواهند که مصاحبه را دوباره ضبط کنید و یا قسمت‌هایی از صحبت‌های آنها را پاک کنید.

چنانچه قد شما از طرف مقابل خیلی بلندتر است، پیشنهاد کنید که مصاحبه در حالت نشسته انجام شود. در همه حال با ملاحظه و ادب رفتار کنید. اگر با قد بلند خود روی مصاحبه شونده سایه بیندازید و از بالای سر با او صحبت کنید،

باعث ایجاد ترس و نگرانی در وی می‌شوید. در عین حال خم شدن به حالتی ترحم‌آمیز گویی با کودکی صحبت می‌کنید اصلاً کار صحیحی نیست.

پایان مصاحبه

پایان دادن به مصاحبه بخش حساسی از کار است که باید با دقت و حوصله انجام شود. برای حسن ختام لبخند بزنید و از مصاحبه شونده از اینکه وقت خود را در اختیار شما قرار داده است تشکر کنید. برخورد شما باید به گونه‌ای باشد که مصاحبه شونده احساس کند از او قدردانی و سپاسگزاری شده است. نباید فقط بگویید «متشکرم و خداحافظ!» و بعد پشت خود را به او کرده با عجله به استودیو برگردید. درحالی که در مورد موضوعات عادی با او گفت‌وگو می‌کنید، وسایل خود را جمع کنید. درست به همان شکلی که با دوست خود حرف می‌زنید، رفتار کنید. حتی اگر خیلی عجله دارید و باید کارتان را سر موعد مقرر تحویل دهید و یا اگر این چندمین مصاحبه شما در طول روز بوده است، هیچ‌گاه محل مصاحبه را بسرعت ترک نکنید.

هنگام برنامه‌ریزی برای مصاحبه همیشه مقداری وقت برای حسن ختام آن نیز در نظر بگیرید. با رفتار و برخورد مناسب می‌توانید دامنه ارتباطات خود را گسترش دهید و دوستانی پیدا کنید که به شنونده‌های دائمی رادیو تبدیل شوند و کار شما را با علاقه دنبال کنند.

طرح سؤال

هنگام طرح سؤال حتماً شنوندگان را نیز در نظر بگیرید. اگر با وزیر کشاورزی مصاحبه می‌کنید، سؤال‌های مورد نظر کشاورزان را از او بپرسید، و نه سؤال‌هایی

را که شخص وزیر مایل است از او پرسیده شود. اگر وقت اجازه می‌دهد، قبل از مصاحبه با یکی از کشاورزانی که می‌شناسید تماس بگیرید و بپرسید چه پیشنهادی دارد.

هیچ‌گاه وانمود نکنید مبارزی هستید که برای احقاق حقوق شنونده‌ها می‌جنگید. وظیفه خبرنگار طرح سؤال و دریافت پاسخ است نه اینکه مانند یک بازپرس به تفتیش عقاید بپردازد. بعضی سؤال‌ها جواب‌های بسیار واضحی دارند و مطرح کردن آن‌ها کار بسیار بی‌موردی است. اگر از یک برنده لاتاری یا کاپیتان تیم فوتبالی که مسابقه را باخته است سؤال کنید «چه احساسی دارید؟»، طبیعی است که برخورد بدی با شما خواهد شد. بهترین حالت این است که در پاسخ یک کلمه تک سیلابی دریافت می‌کنید و بدترین حالت آن است که شنونده‌ها ممکن است رادیوی خود را با انزجار کنار بگذارند. سعی کنید برای طرح سؤال‌ها از قدرت تخیل خود استفاده کنید و خود را جای فرد مصاحبه شونده بگذارید. اگر برنده لاتاری یا بازنده یک مسابقه فوتبال بودید، دوست داشتید چه سؤال‌هایی از شما بپرسند؟

سؤال‌ها باید ساده اما مربوط به موضوع و موقعیت باشند. سؤالات طولانی یا پیچیده شاید به نظر هوشمندانه بیایند، اما باعث سردرگمی مصاحبه شونده و شنوندگان می‌شوند.

از پرسیدن سؤال‌های تلقینی مانند «آیا شما هر روز سوار این خط اتوبوس می‌شوید؟» خودداری کنید. در این صورت پاسخ‌های بلی یا خیر نیز دریافت نخواهید کرد. بهتر است سؤالتان را این‌گونه مطرح کنید: «به نظر شما چگونه می‌توان وضعیت اتوبوسرانی را بهبود بخشید؟»

بعضی افراد ممکن است برای اینکه شما و شنوندگان بدرستی متوجه

صحبت‌های آنها نشوید، عمداً از عبارات و اصطلاحات تخصصی استفاده کنندو یا احتمالاً آن قدر به استفاده از این واژه‌های تخصصی عادت کرده‌اند که خود متوجه این امر نمی‌شوند. اگر پاسخ آنان برایتان قابل درک نیست، بدون رودربایستی از آنها بخواهید که توضیح بیشتری بدهند.

در پایان، از مصاحبه شونده بپرسید که آیا مایل است مطلبی اضافه کند؟ اگر پاسخ منفی بود، ببینید آیا تمام مسایلی را که مد نظرتان بوده مطرح کرده‌اید؟ زیرا ممکن است دیگر هرگز فرصت دوباره پرسیدن را پیدا نکنید.

به خاطر داشته باشید که این وظیفه مصاحبه شونده نیست که مصاحبه را جالب و جذاب کند بلکه این مسؤولیت صرفاً برعهده شماست.

نتیجه کلام اینکه برای انجام یک مصاحبه:

- اطلاعات کافی جمع‌آوری کنید.
- بر روند مصاحبه تسلط داشته باشید.
- مفید و مختصر سؤال کنید.
- هوشیار باشید.
- در صورت نیاز از مصاحبه شونده توضیحات بیشتری بخواهید.
- مطمئن شوید که مطلب دیگری باقی نمانده است.

تدوین مصاحبه

تدوین مصاحبه، اصول و قواعد یکسانی دارد چه هنگامی که با استفاده از نرم‌افزار رایانه‌ای کار می‌کنید و چه زمانی که نوارهای یک چهارم اینچی صوتی را به هم می‌چسبانید. گزارشگران باتجربه معتقدند که کار تدوین در واقع در ذهن خبرنگار و قبل از رسیدن به اتاق خبر آغاز می‌شود. در حین مصاحبه

صحبت‌هایی می‌شنوید که می‌دانید هنگام تدوین حذف خواهد شد و در ذهن خود این قسمت‌ها را ثبت می‌کنید. هرچه این کار را بیشتر انجام دهید برایتان ساده‌تر می‌شود.

معمولاً اولین تدوینی که انجام می‌دهید باید روی نوار کاست یا لوح فشرده (سی دی) باشد. با استفاده از یک دستگاه مینی دیسک می‌توانید تدوین اول را روی لوح فشرده انجام دهید. بدین ترتیب که بخش‌هایی از گفت‌وگو را از جای خود برداشته و در جای دیگری قرار می‌دهید، قسمت‌هایی را علامت‌گذاری می‌کنید و قسمت‌های اضافه را حذف می‌کنید و این کارها را با استفاده از سیستم تدوین‌گری که در دستگاه تعبیه شده است انجام می‌دهید. حتی می‌توانید آن قسمت‌هایی را که مصاحبه شونده حین صحبت مکث کرده است حذف کنید. برای تدوین با ضبط صوت، باید دستگاه را به یک ضبط صوت دیگر وصل کنید و فقط قسمت‌های مورد نیازرا به ترتیب دلخواه ضبط کنید.

به‌ترتیب هنگام تدوین مهم است که ابتدا تمام قسمت‌هایی راکه در نظر دارید پخش کنید، زمانی پشت سر هم قرار دهید و دقت کنید که زمان کل مصاحبه درست اندازه میزان مورد نظر شود. این درواقع تدوین اولیه کار است که به دنبال آن مرحله تدوین دقیق‌تر با ظرافت‌های خاص آن انجام می‌شود. در این مرحله سرفه، سکوت و تمام عبارات نامربوط را حذف می‌کنید. می‌توانید این کار را با استفاده از نرم‌افزار صوتی بر روی رایانه انجام دهید. در صورت تدوین با ضبط صوت باید از حلقه نوار یک چهارم اینچی استفاده کنید.

آیا به خاطر دارید که هنگام مصاحبه مقداری از صدای محیط اطراف را نیز ضبط کردید؟ حالا زمان آن است که با استفاده از آن به مصاحبه خود فضای طبیعی‌تری بدهید. می‌توانید این صدا را روی باند صوتی دوم ضبط کنید یا به ابتدا

یا انتهای مصاحبه بچسبانید. صدای محیط به شنونده کمک می‌کند تا فضای واقعی و صحنه را در ذهن خود مجسم کند.

برای پاک کردن مکث‌ها یا صداهای اضافی که مصاحبه شونده حین صحبت‌هایش دارد، چندان هم عجله نکنید. حفظ مفهوم اصلی حرف‌هایی که گفته می‌شود بسیار مهم و ضروری است. با پاک کردن یک مکث طولانی و یا سخنانی که با شک و تردید ادا می‌شوند تمام معنا و فحوای کلام و موقعیتی راکه در آن بیان شده تغییر می‌دهید. این کار بسیار غیراخلاقی و اقدامی غیرمنصفانه در حق مصاحبه شونده و شنوندگان است. به عنوان مثال گفت‌وگوی زیر را با یک اسقف کلیسای انگلستان در نظر بگیرید:

گزارشگر: به اعتقاد شما آیا وارد شدن زنان به کلیسای انگلستان امری موفقیت‌آمیز بوده است؟

اسقف: (پس از یک سکوت طولانی و یک نفس عمیق) بله.

این مکث طولانی و نفس عمیق نشان آن است که اسقف بدون تردید، بسیار زیاد و مدت زمان مدیدی در مورد این مسأله اندیشیده است و این از نحوه پاسخ گفتن او پیداست. چنانچه این سکوت و نفس عمیق را حذف کنید به طوری که اسقف بلافاصله پاسخ دهد «بله»، چنین به نظر می‌رسد که او هرگز در این مورد عمیقاً فکر نکرده است. در نتیجه شما شخصیت گوینده را تغییر داده‌اید و این امر نه تنها برای او توهین‌آمیز خواهد بود بلکه افراد نزدیک به او را نیز بسیار متعجب خواهد کرد. هم خبرنگار بی‌وجدانی که عمداً سعی می‌کند محتوای اصلی کلام را هنگام تدوین دست‌کاری کند و هم خبرنگاری که به دلیل تنبلی در تدوین صحیح مصاحبه دقت نمی‌کند، ممکن است به شهرت مصاحبه شونده لطمه بزنند یا دیدگاه‌های او را مخدوش جلوه دهند. چنین رفتاری حرفه گزارشگری را نیز

بی‌اعتبار می‌کند، درحالی که مردم باید نسبت به این حرفه اعتماد داشته باشند. خلاصه اینکه چنین کاری تنها ارائه نادرست حقایق است که به نفع هیچکس نیست و فقط یک عمل نکوهیده و شرم‌آور محسوب می‌شود.

در گذشته، خبرنگاران هنگام تدوین با دستگاه‌های ضبط تا قبل از اتمام کامل گزارش هیچ بخشی از مصاحبه را دور نمی‌ریختند. شما نیز سعی کنید هیچ اطلاعاتی را دور نریزید و هر مرحله از تدوین خود را قبل از شروع مرحله بعدی بررسی مجدد کنید تا احیاناً اشتباهی صورت نگرفته باشد.

مصاحبه با مردم

پس از آنکه به تدوین مصاحبه‌های عادی تسلط کافی پیدا کردید، زمان آن است که با انجام مصاحبه‌های مردمی مهارت و تحمل خود را به بوته آزمایش بگذارید.

در رسانه‌های دیداری شنیداری، بخشی نیز به انعکاس دیدگاه‌های مردم اختصاص داده می‌شود. این بخش درواقع تدوین صدای افراد مختلفی است که تنها در چند کلمه کوتاه واکنش خود را نسبت به یکی از موضوع‌های خبری مطرح کرده‌اند. گفت‌وگو با مردم باید مرتبط با موضوع باشد و فقط برای پر کردن فضای برنامه از آن استفاده نشود. موضوع این گفت‌وگوها می‌تواند جدی یا طنز باشد و تعداد افراد مصاحبه شونده نیز متغیر است. این‌گونه مصاحبه‌ها برای رادیوهای محلی بسیار مناسب است زیرا دیدگاه‌های مردمی را در مورد موضوعی که مستقیماً به زندگی اجتماعی آنها مربوط می‌شود، منعکس می‌کند. شنونده‌ها ممکن است با دیدگاه و احساسات هم محلی‌های خود موافق یا مخالف باشند.

روش کار این است که یک سؤال واحد را از افراد مختلف در خیابان یا یک

محل کار می‌پرسید. مثلاً سؤال ممکن است این باشد: «به نظر شما آیا زنان رانندگان بهتری هستند؟» (این سؤال در ارتباط با خبری است که می‌گوید طبق اطلاعات آماری، زنان نسبت به مردان رانندگان مطمئن‌تری هستند.) اگر مصاحبه شونده راغب به پاسخگویی است، سؤال‌های تکمیلی دیگری نیز از او بپرسید. مثلاً: «چرا این طور فکر می‌کنید؟» و یا «مردان چگونه می‌توانند رانندگی بهتری داشته باشند؟» اما تعداد سؤال‌های خود را محدود کنید زیرا ممکن است زمان برنامه طولانی شود و تدوین آن مشکل باشد. برخی افراد شاید به سؤال شما با لبخندی شیطنت‌آمیز پاسخ دهند درحالی که بعضی دیگر ممکن است آن را بیش از حد جدی بگیرند. پاسخ افراد هرچه بود، سعی کنید تلفیق خوبی از صداها و واکنش‌های مختلف را گردآوری کنید.

مراقب میکروفون باشید. در صورت استفاده از ضبط صوت، شما مسلماً وقت ندارید که قبل از ضبط هربار صدا را تنظیم کنید. بنابراین دقت کنید که میکروفون را در فاصله نزدیکی از شخص قرار دهید تا مطمئن شوید صدای افراد با شدت و ضعف متفاوت ضبط می‌شود.

خیلی خوب است که در مصاحبه‌های مردمی، با افرادی که لهجه‌های مختلف دارند صحبت کنید. در شهرهای بزرگتر ممکن است همه افراد مصاحبه شونده با گویش متداول آن کشور صحبت کنند. افراد شهرهای مختلف وقتی می‌بینند کسی از مصاحبه شوندگان با لهجه آنها صحبت نمی‌کند، ممکن است تصور کنند که به دیدگاه‌های آنها اهمیتی داده نمی‌شود. در صورت امکان با افرادی که به گویش‌های مختلف صحبت می‌کنند گفت‌وگو کنید.

درست مانند مصاحبه‌های عادی دیگر، با مردم صریح و روراست باشید. برایشان توضیح دهید که مشغول چه کاری هستید و برای کدام ایستگاه رادیویی

برنامه تهیه می‌کنید. در صورت نداشتن تمایل به گفت‌وگو، آنها را وادار به این کار نکنید.

چنانچه پاسخ فردی چندان مؤدبانه نیست و با دیدگاه‌های شخصی شما منافات دارد، اخم نکنید و با او به مشاجره نپردازید. درحالی که لبخند می‌زنید، به سوی نفر بعدی بروید و کار خود را ادامه دهید. بتدریج درمی‌یابید که واکنش‌های مردم بسته به روز هفته (بیشتر افراد روز اول هفته را دوست ندارند)، هوا، فصل و حتی وقت روز فرق می‌کند. اگر نحوه برخورد کسی به‌گونه‌ای است که نشان می‌دهد دوست ندارد کسی به او نزدیک شود، او را به حال خود بگذارید. حتی اگر قصد دارید فقط از صدای سه چهار نفر در گزارش خود استفاده کنید، با بیش از ۲۰ نفر صحبت کنید تا بتوانید دیدگاه‌های افراد با سن‌های مختلف و جایگاه‌های اجتماعی متفاوت را گردآوری کنید. آن‌گاه بهترین‌ها را از میان آنها انتخاب کنید. بیشتر مصاحبه‌های مردمی تنها حدود یک دقیقه از زمان برنامه را به خود اختصاص می‌دهند. پس تا حد امکان در گزینش خود دقت کنید.

مکان‌های خیلی شلوغی راکه ترافیک سنگینی دارد یا سروصدا در محیط زیاد است برای گفت‌وگو با مردم انتخاب نکنید. مکان‌های پر سروصدا صحبت‌های مصاحبه شونده را تحت تأثیر قرار می‌دهد و تدوین گزارش را نیز دشوار می‌کند.

هنگام سرهم کردن مصاحبه‌ها سعی کنید صداهایی راکه تفاوت زیادی دارند پشت سرهم قرار دهید. در مورد سخنانی که احتمال دارد به نظر موهن یا افتراآمیز برسند، بسیار دقت کنید. استفاده از ناسزاهایی که چندان توهین‌آمیز نیستند شاید قابل قبول باشد، اما قبل از این کار حتماً با دیگران مشورت کنید. و سرانجام اینکه با توجه به ماهیت گفت‌وگویی که انجام می‌دهید، یک اظهارنظر مناسب را که به نوعی خلاصه احساسات و نظریات مردم است در پایان گزارش قرار دهید. این

بخش پایانی می‌تواند حاوی نکته‌ای طنزآمیز باشد و یا شنونده‌ها را وادارد تا در مورد موضوع بیشتر فکر کنند.

برای گزارش‌های جدی این کار دشوار است. اظهارنظر شما باید به گونه‌ای باشد که احساسات افراد درگیر در ماجرا را منعکس کند و نباید به هیچ وجه با موضوع به شیوه‌ای سهل انگارانه برخورد کند. دقت کنید که هنگام نوشتن مقدمه گزارش ادعا نکنید که این گفت‌وگوهای مردمی نشان دهنده دیدگاه‌های اکثر مردم جامعه است، زیرا این مطلب به هیچ وجه صحت ندارد.

نوشتن مقدمه

مقدمه بخشی است که مصاحبه یا گزارش را به شنونده معرفی می‌کند و توسط مجری برنامه یا گوینده اخبار خوانده می‌شود. به‌طور کلی مدت زمان مقدمه برای گزارش‌های خبری نباید از یک دقیقه بیشتر باشد و برای گزارش‌های مفصل حداکثر زمان مطلوب، سه دقیقه است. البته این زمان بسته به سیاست شبکه‌های رادیویی فرق می‌کند.

هرچه مقدمه کوتاهتر باشد بهتر است مشروط بر اینکه گزارش برای شنونده قابل فهم یا به عبارتی حاوی اطلاعات جامع و مرتبط باشد. برای جلب توجه و تمرکز شنونده روی یک گزارش، مقدمه آن باید چندین خط و شامل اطلاعات اساسی باشد. مقدمه‌های یک خطی مؤثر نیست: «وزیر دارایی در نظر دارد میزان مالیات بردرآمد را افزایش دهد. خبرنگار ما گزارش می‌دهد.» قبل از ارائه اطلاعات به شنونده باید بتوانید توجه او را جلب کنید.

اهداف مقدمه نویسی عبارتند از:

- جلب توجه شنونده به یک خبر جدید.
- معرفی گزارش یا خبر.
- ارائه اطلاعات بیشتر یا جدیدتر از منابع و گزارش‌های احتمالی دیگر.

مقدمه باید اطلاعات کافی در مورد پیشینه خبر دراختیار شنونده بگذارد تا حتی اگر گزارش به دلیل خطای فنی یا انسانی ناقص بود، او بتواند موضوع را درک کند.

مقدمه علاوه‌بر اینکه برای شنونده به منزله یک هشدار شنیداری است، دستورالعمل‌هایی را نیز دراختیار گوینده خبر، تهیه‌کننده و طراح برنامه می‌گذارد.

مقدمه باید شامل اجزای زیر باشد:

- یک کلمه به عنوان تیتر که برای معرفی گزارش صوتی نیز به کار رفته است.
- تاریخ و زمان نوشتن (تا در برنامه‌های خبری بعدی مشخص شود چقدر از زمان این گزارش گذشته است.)
- نام کامل یا حروف اختصاری نام نویسنده (اگر منبع خبر یک خبرگزاری است، نام آن را بنویسید.)
- در انتهای مقدمه کلمه «پایان» را بنویسید. (این کلمه نشان دهنده پایان مقدمه و شروع گزارش یا مصاحبه صوتی است.) در ادامه عنوان یا شماره گزارش، مدت زمان و چند کلمه پایانی گزارش صوتی را نیز یادداشت کنید.

مثال: مشتزن ۷آوریل/۱۴:۳۰ جی‌دی/خبرگزاری تاون چستر

«بوچ باشر[1]»، قهرمان مشتزنی سنگین وزن جهان امروز به منظور

---

1. Butch Basher

افتتاح یک باشگاه بدنسازی جدید به «تاون چستر[1]» می‌آید. باشر که در اوایل سال جاری با شکست «نوشر ناکل[2]» در پنج راند عنوان قهرمانی جهان را از آن خود کرد، در زمان حاضر مشغول ارائه یک تور تبلیغاتی در سراسر کشور است. این مشترزن با تاون چستر ناآشنا نیست و درواقع کار خود را به عنوان مقاطعه کار ساختمانی برای یک شرکت محلی در این جا شروع کرد. گزارشگر ما، جان دو[3]، در این باشگاه بدنسازی با وی گفت‌وگویی داشته است.

پایان | مشترزن مدت: ۳۰ ثانیه

کلمات پایانی: «امیدوار است بزودی برگردد.»

گزارش تحلیلی سه دقیقه‌ای

این نوع گزارش تلفیقی از قسمت‌های آموزنده و سرگرم کننده است که می‌توان آن را در یک مجله رادیویی ارائه کرد. گزارش‌های تحلیلی رادیویی مانند مقاله‌های بلند مجلات درواقع به ماجراهای پشت پرده اخبار می‌پردازند.

عبارت گزارش سه دقیقه‌ای یادگار دهۀ ۱۹۳۰ یعنی زمانی است که گزارش‌های بلند برای اولین بار ارائه شدند. دستگاه‌های ضبط ابتدایی دیسک‌هایی داشتند که تنها می‌توانست برنامه‌های سه دقیقه‌ای و کمتر را ذخیره کند. اگرچه امروزه دیگر چنین محدودیت‌هایی وجود ندارد، مردم به گزارش‌های مختصر و مفید عادت کرده‌اند. بعضی ایستگاه‌های رادیویی بنابه سیاست خود گزارش‌های کوتاهتر یا بلندتری تهیه می‌کنند، اما به‌طور کلی سه دقیقه زمان مناسبی است. کمتر

---

1. Townchester 2. Nosher Nuckle 3. John Doh

سوژه‌ای را می‌توان یافت که اهمیت جهانی داشته باشد. بنابراین هرچه گزارش کوتاهتر باشد، زمان بیشتری برای پوشش موضوع‌های دیگر باقی می‌ماند.

تهیه و تولید یک گزارش تحلیلی کار مهمی برای خبرنگار است و با گردآوری اخبار روزانه بسیار متفاوت است. می‌توانید از خبرهایی که گردآوری می‌کنید ایده‌های خوبی برای تهیه گزارش‌های تحلیلی بگیرید. ممکن است نکته خاصی در مورد یک سوژه خبری وجود داشته باشد که زمینه‌ساز یک گزارش تحلیلی بسیار خوب شود.

به دلیل محدودیت وقت نمی‌توان به موضوعات بسیار پیچیده و بغرنج پرداخت. بنابراین باید موضوع صریح و ساده باشد و خودتان هم بخوبی بدانید که چه پیامی را می‌خواهید به شنونده منتقل کنید. قبل از درمیان گذاشتن موضوع با سردبیر یا تهیه‌کننده برنامه، ایده خود را با حداقل کلمات ممکن روی کاغذ بیاورید. به عنوان مثال:

«پیت مک‌گیت[1]» یکی از مهندسین شرکت تاون چستر قرار است دستگاهی ابتکاری را به طور آزمایشی راه‌اندازی کند که می‌تواند از کشته و زخمی شدن هزاران انسان توسط مین‌های زمینی جلوگیری کند گزارش تحلیلی امروز به بررسی نحوه اختراع این دستگاه، روش آزمایش آن و خریداران احتمالی می‌پردازد.

این گزارش از سه بخش تشکیل شده است که به هر بخش آن باید حداکثر یک دقیقه اختصاص دهید: دقیقه اول در مورد این مسأله است که پیت چگونه این دستگاه را اختراع کرد؛ دقیقه دوم به نحوه آزمایش دستگاه می‌پردازد و سومین

---

1. Pete Mc Geet

دقیقه نیز راجع به خریداران احتمالی آن است. لازم است با بیش از یک نفر مصاحبه کنید تا صدای افراد مختلف را برای استفاده در گزارش خود داشته باشید. مثلاً نماینده سازمانی که در زمینه پاکسازی مین فعالیت می‌کند و یا نماینده شرکتی که مایل به خریداری این دستگاه است می‌توانند در این باره اظهارنظر کنند.

متناسب با موضوعی که پوشش داده می‌شود، ممکن است اطلاعات جمع‌آوری شده برای گزارش بیش از حد نیاز باشد. اما یک تدوین دقیق و خوب این مشکل را برطرف می‌سازد. جمع‌آوری و ضبط کردن اطلاعات بیش از حد لازم کار ساده‌ای است اما تدوین گزارش به‌گونه‌ای که از سه دقیقه طولانی‌تر نشود بسیار دشوار است. همیشه در مورد نحوه شروع و خاتمه گزارش خوب فکر کنید. بویژه مقدمه از اهمیت خاصی برخوردار است زیرا درواقع سوژه مورد نظر را به شنونده «می‌فروشد».

نکته مهم در رادیو این است که گزارش باید به واقعیت نزدیک باشد. در مورد دستگاه مین یاب، شما باید قسمت اعظم گزارش خود را در محل کار مک گیت که دستگاه را در آن جا اختراع کرده ضبط کنید. چنانچه او از مته و یا ابزار خاص دیگری استفاده می‌کند، صدای این ابزار را نیز ضبط کنید. حتی می‌توانید از صدای ضبط شده «مین» هم استفاده کنید. شاید امکان ضبط صدای انفجار واقعی یک مین را نداشته باشید اما در بایگانی رادیو معمولاً جلوه‌های صوتی ویژه‌ای که از قبل ضبط شده موجود است. در این صورت حتماً اطمینان حاصل کنید که این صدا مربوط به مین است و نه مثلاً یک گلوله توپ. چنانچه وسوسه شوید که کار را برای خود آسان کرده از صدای انفجار دیگری به جای مین استفاده کنید، از تعداد شنونده‌های بسیاری که با رادیو تماس می‌گیرند و تذکر می‌دهند که صدای استفاده

شده مربوط به مین نبوده است، تعجب خواهید کرد.

موسیقی نیز درصورتی که مناسب و مرتبط با موضوع گزارش باشد قابل استفاده است. اما از موسیقی نباید برای کم اهمیت جلوه دادن یک موضوع جدی بهره گرفت. مطالبی که یک گزارش تحلیلی به مخاطبین رادیویی ارائه می‌کند باید هم سرگرم‌کننده و هم آموزنده باشد. جنبه‌های سرگرم‌کننده یک گزارش است که توجه شنونده را جلب می‌کند. همیشه به خاطر داشته باشید که پیام مورد نظر از وسیله‌ای که برای انتقال پیام استفاده می‌شود، مهمتر است.

گزارش ترکیبی

مصاحبه و گزارش تحلیلی روش خوبی برای انتقال مفهوم به شمار می‌رود، به شرطی که موضوع جالب توجه باشد و مصاحبه شونده نیز با صراحت سخن بگوید. در مواقعی که این شرایط مهیا نیست و یا بیش از یک مصاحبه شونده وجود دارد، یک شیوه دیگر استفاده از گزارش ترکیبی است.

تهیه یک گزارش ترکیبی بسیار شبیه به برنامه‌های کوتاهی است که در آن مطالب از طریق تماس با استودیو و یا پخش قسمت‌های از پیش ضبط شده ارائه می‌شود. با یک تدوین ماهرانه می‌توانید یک گزارش ترکیبی بسیار سرگرم‌کننده بسازید به شرط آنکه مطمئن باشید از این طریق می‌توانید پیام مورد نظر را به شنونده منتقل کنید. بهترین روش دستیابی به این هدف نیز آن است که ساده‌ترین راه را برای انتقال پیام انتخاب کنید.

نوشتن اخبار

فنون مربوط به نوشتن اخبار رادیو با نوشتن گزارش‌های خبری برای

مطبوعات بسیار متفاوت است. در این جا کلماتی که شما می‌نویسید باید شنیده شوند پس این واژه‌ها باید تاحد امکان کوتاه و واضح باشند. همچنین گوینده متن ـ که ممکن است خودتان باشید ـ باید بتواند این واژه‌ها را به راحتی بخواند و تلفظ کند. چنانچه خواننده دفعه اولی که مقاله یک روزنامه را می‌خواند متوجه مفهوم واژه‌ای نشود، می‌تواند به عقب برگردد و مجدداً آن را بخواند. اما شنونده اخبار رادیویی هیچ فرصت دیگری نخواهد داشت. یک جمله سنگین و طولانی باعث سردرگمی شنونده می‌شود و او را وادار می‌سازد که یا موج رادیو را تغییر دهد یا رادیو را خاموش کند.

البته صرفنظر از نوع رسانه، نکاتی کلی وجود دارد که باید هنگام نوشتن اخبار رعایت شود. مثلاً لید خبر علاوه بر اینکه باید توجه مخاطب را جلب کند، باید مهم‌ترین اطلاعات را دراختیار او قرار دهد:

«معدن سنگ تاون چستر قرار است تعطیل شود که در نتیجه آن بیش از ۲۵۰ نفر کار خود را از دست خواهند داد.»

این لید هم توجه شنونده را جلب می‌کند و هم موقعیت را تشریح می‌نماید. حتی اگر بلافاصله پس از بیان این جمله ارتباط رادیویی مختل شود، شنونده پیام مورد نظر را دریافت کرده است. بدون شک تأثیر این لید از جمله‌ای که در زیر می‌آید بیشتر خواهد بود:

«معدن سنگ تاون چستر که متعلق به شرکت اکمی استون[1] است صبح امروز اعلام کرد...»

شنونده ضرورتاً تمام توجه خود را متوجه رادیو نمی‌کند و ممکن است

---

1. Acme Stone

درحالی که مشغول انجام کارهای دیگر است رادیو هم روشن باشد. بنابراین جلب توجه شنونده بسیار مهم است. پس از اینکه توجه شنونده جلب شد، آنگاه باید گزارش به شکل کامل و با جزئیات بیشتر تکرار شود.

معمولاً گوینده در ابتدای اخبار عناوین خبری را اعلام می‌کند. عناوین خبری جملات کوتاهی هستند که شنونده را در جریان مهمترین موضوع‌هایی که قرار است در اخبار مطرح شود قرار می‌دهند. به عنوان مثال مقدمه اخبار می‌تواند این‌طور باشد:

«اینک اخبار ساعت ۱۰ رادیو محلی را به اطلاع شما می‌رسانم.

معدن سنگ تاون چستر قرار است تعطیل شود که در نتیجه آن بیش از ۲۵۰ نفر کار خود را از دست خواهند داد.

کشاورزان استان در مقابل سوپرمارکت‌های محلی دست به اعتراض زدند. و سرانجام اینکه مجسمه معروف تاون چستر هال قرار است مرمت شود.»

پس از سکوتی کوتاه و یا پخش آرم اخبار، مشروح خبرها ارائه می‌شود:

«پس از هفته‌ها بررسی و تأمل شرکت آکمی استون صاحب معدن سنگ تاون چستر سرانجام اعلام کرد که این معدن تعطیل می‌شود. در نتیجه این اقدام ۲۵۰ نفر بیکار خواهند شد. بنابه اظهارات سخنگوی شرکت گفته می‌شود ذخایر این معدن که مدت ۳۰۰ سال است سنگ‌هایی با شهرت جهانی تولید می‌کند به اتمام رسیده است. به دنبال اعتراضات گسترده از جانب گروه‌های طرفدار محیط زیست و ساکنین منطقه که گسترش معدن بر روی ارزش املاک آنها تأثیر می‌گذارد، پیشنهاد توسعه معدن دو سال پیش رد شد. شرکت آکمی

استون در نظر دارد اغلب کارگرانی راکه شغل خود را از دست می‌دهند، به دیگر معادن سنگ در این منطقه منتقل کند.»

در خبر مربوط به معدن، شنونده بلافاصله در جریان برکناری ۲۵۰ کارگر از کار قرار می‌گیرد و همین مسأله دلیل هفته‌ها بررسی و تأمل توسط شرکت در مورد این موضوع بوده است. به دنبال آن اظهارات یک سخنگو به نمایندگی از طرف مالکین شرکت و سپس تاریخچه کوتاهی از فعالیت این شرکت در تأمین سنگ معدن آورده می‌شود. خبر با یک پیش‌بینی خوش بینانه در مورد اینکه احتمالاً کارگران در معادن دیگر مشغول به کار خواهند شد، به پایان می‌رسد.

این خبر کوتاه و مختصر تمام اطلاعات مفیدی راکه تا زمان تهیه آن در مورد موضوع دردسترس بوده است ارائه می‌کند. البته ممکن است تا ساعتی بعد اخبار جدیدتری در مورد موضوع گزارش شود. حتی اگر شنونده‌ای از اواسط خبر به رادیو گوش کند، پس از شنیدن نام شرکت و تصمیم آن مبنی بر انتقال کارگرها به مکان دیگر می‌تواند دریابد که ماجرا مربوط به تعطیلی معدن سنگ است.

آمار و اطلاعات خبرها باید به شکلی روشن و ساده ارائه شود تا قابل درک باشد. اگر خواندن یا فهمیدن خبری برای شما دشوار است، مطمئن باشید که شنونده هم در درک آن مشکل خواهد داشت.

در بیشتر موارد بهتر است برای درک راحت‌تر اعداد و ارقام، آنها را گرد کنید. مثلاً به جای ۹/۸ درصد بگویید «تقریباً ده درصد» و یا «از هر ده ... یکی ...» و یا به جای مبلغ ۴۸۹۵ پوند از عبارت «در حدود پنج هزار پوند» استفاده کنید. در صورت امکان اعداد و ارقام را تکرار کنید و توضیح دهید تا از گیج شدن شنونده جلوگیری شود. مثلاً:

... مخارج که حدود ۱۵ درصد افزایش یافته هزینه دولت را تا

میزان ۱۰ میلیون پوند بالا می‌برد. هزینه اضافی که بر مالیات‌دهندگان تحمیل می‌شود سالانه ۲۰ پوند خواهد بود.

شنوندگان توجه ویژه‌ای به عبارت «سالانه ۲۰ پوند» خواهند کرد. همچنین اعداد بویژه عددهای صدهزارتایی یا میلیونی را با ترکیبی از ارقام و حروف بنویسید تا هنگام خواندن اشتباهی صورت نگیرد. درست است که اخبار را شما می‌نویسید، اما ممکن است شخص دیگری مسؤول خواندن آن باشد. مثلاً بنویسید:

۲۵ میلیون و ۲۵۶ هزار و ۱۹۷.

نویسنده‌ای که برای یک روزنامه معتبر کار می‌کند مجاز است از جملات و ساختارهای پیچیده که درواقع نشان‌دهنده سبک نگارش آن نشریه است استفاده کند، اما نویسنده رادیو نباید چنین کاری کند. بعضی جملات اگرچه برای مطبوعات بسیار مناسب‌اند، اما اصلاً به درد متون رادیویی نمی‌خورند. دیدن و خواندن یک کلمه با شنیدن آن بسیار تفاوت دارد زیرا ممکن است هنگام شنیدن معنا یا سیاق کلام به درستی درک نشود. بعضی واژه‌ها از نظر آوایی شباهت بسیار زیادی به یکدیگر دارند و تلفظ برخی دیگر دشوار است.

بهتر است هنگام نوشتن اخبار رادیو از به‌کاربردن برخی واژه‌ها خودداری کرد.

زبان تخصصی

بسیاری از اطلاعیه‌های مطبوعاتی که در اتاق خبر دریافت می‌شود، حاوی واژه‌های تخصصی هستند که مسؤولان مطبوعاتی سازمان‌های مختلف برای حرفه‌ها و زمینه‌های کاری خاص به کار می‌برند. این افراد گاهی اوقات فراموش می‌کنند که همه مردم با واژه‌های فنی و تخصصی آشنایی ندارند. جالب اینکه

بسیاری از این واژه‌ها را خود خبرنگاران برای جلوه بخشیدن به گزارش‌های کسل کننده خود باب می‌کنند. در نتیجه این عبارات بتدریج وارد زبان روزمره می‌شوند.

نقل‌قول

هنگامی که اظهارات شخصی را نقل می‌کنید، حتماً جمله را با نام و عنوان او شروع کنید. این نشان می‌دهد که اهمیت سخنان شخص تا چه حدی است. این کار همچنین خواندن خبر را برای گوینده روان‌تر می‌کند. مثال:

- نخست‌وزیر گفت که در بودجه سال آینده مالیات‌ها کاهش نخواهد یافت.
- به گفته یک مسؤول در سازمان گوشت، قیمت گوشت گوسفند از هفته آینده افزایش می‌یابد.

هرگز ننویسید:

- میزان مالیات‌ها در بودجه سال آینده کاهش نخواهد یافت. این مطلب را نخست‌وزیر اعلام کرده است.
- قیمت گوشت گوسفند از هفته آینده افزایش می‌یابد. این گفتهٔ یک مسؤول در سازمان گوشت است.

علامت‌های اختصاصی

علامت‌های اختصاری که حاوی حروف اول کلمات تشکیل دهندهٔ نام یک مؤسسه، سازمان و ... است اگر به یک سازمان یا مجموعهٔ شناخته شده مربوط باشد نیازی به توضیح ندارد اما آنهایی که چندان مشهور نیستند باید به صورت کامل نیز نوشته شوند.

اولویت‌بندی خبرها

تعیین اولویت خبرها چندان که به نظر می‌رسد ساده نیست. آنچه در نظر شما مهم است ممکن است از دیدگاه شخص دیگری چندان اهمیت نداشته باشد. اولویت برنامه‌های خبری مختلف متفاوت است. اولویت اول اخبار ۹ صبح احتمالاً یک ساعت بعد مهمترین خبر نخواهد بود زیرا اولویت‌ها تغییر می‌کنند. به خاطر داشته باشید که خبرها به انسان‌ها مربوط می‌شوند. بنابراین اخبار مربوط به مرگ، بیکاری، امداد و نجات و جوایز از اولویت بالایی برخوردارند.

اخبار ملی بر اخبار محلی و استانی مقدم است. در اوایل کار هراندازه هم که در این زمینه خوب آموزش دیده‌اید، هنگام تعیین اولویت‌ها مشورت کنید.

کار کردن با میز خبر

در اولین فرصت باید با نحوه کار میز خبر آشنا شوید. لازم است نحوه استفاده از رایانه، کاست‌های صوتی و دستگاه‌های مربوط به آن، تلفن، دستگاه پخش سی‌دی، ضبط صوت، دستگاه محوکننده صدا و بالاخره دستگاه پخش حلقه‌های صوتی را بیاموزید.

در ابتدای کار هرگز بدون اجازه به آنها دست نزنید. زیرا مهندسی که با دقت و ظرافت بسیار درجه‌ها را تنظیم کرده، بسیار ناراحت می‌شود که شما با دستکاری وسایل روی میز تنظیمات ظریف او را به هم بزنید.

از آوردن هرگونه نوشیدنی سرد یا گرم (به جز یک لیوان آب که در جای مطمئنی قرار می‌دهید) و یا هر نوع غذا به داخل استودیو و گذاشتن آن روی میز کار خودداری کنید. همچنین از تکیه دادن به عقب و گذاشتن پاهایتان روی میز بشدت بپرهیزید. در بسیاری ایستگاه‌های رادیویی این‌گونه رفتار جزو خطاهای غیرقابل بخشش به شمار می‌آید و حتی ممکن است منجر به اخراج شود.

نحوه نشستن

برگه‌های اخبار را به ترتیب روی میز مقابل خود بگذارید تا هنگامی که میکروفون باز شد که خواندن خبر را شروع کنید، تنها کار لازم برداشتن بموقع هر برگ باشد. گوشه سمت راست پایین هر برگ را تا بزنید تا براحتی از بقیه کاغذها جدا شود. قبل از شروع به خواندن از اینکه تمام برگه‌های خبر را دراختیار دارید اطمینان حاصل کنید.

قبل از خواندن صدایتان را صاف کنید. حتی اگر شخصاً نویسنده خبرها بوده‌اید، یک یا دو مرتبه از روی آن بخوانید. این کار علاوه بر اینکه کمک می‌کند اشتباهات متون را پیدا کنید، باعث می‌شود صدایتان نرم و صاف شود. همچنین برای تمرین دادن زبان خود، جملاتی را که به دلیل وجود کلمات هم‌آوا تلفظ مشکلی دارد ادا کنید. (این موضوع در فصل مربوطه به اخبار تلویزیون (۲) تحت عنوان آمادگی سخن گفتن بررسی شد.)

یک مداد و خودکار کنار دست خود داشته باشید زیرا بعضی اوقات درست قبل از اینکه برنامه روی آنتن برود، طی یک تماس تلفنی اطلاعات جدیدتری در مورد یک موضوع خبری داده می‌شود.

صاف بنشینید این حالت باعث می‌شود که دیافراگم راحت‌تر عمل کند و در نتیجه شما خبر را بهتر بخوانید. عضلات خود را شل کنید و یک نفس عمیق بکشید تا هنگام خواندن، نفس کم نیاورید. بینی و گلوی خود را صاف کنید تا هیچ یک از راه‌های تنفسی شما موقع خواندن گرفته نباشد.

شیوهٔ ارائه اخبار

مجریان باتجربه معمولاً اخبار را به گونه‌ای می‌خوانند که کار بسیار ساده‌ای به نظر می‌رسد. باید صدای خود را به شکلی تنظیم کنید که در یک حد معین بماند و

البته لحن گفتارتان هم کشدار و خسته‌کننده نشود. در عین حال نباید طوری بخوانید که خبرها هیجان‌انگیز جلوه کند زیرا وظیفه شما بازیگری نیست.

موقع نوشتن خبرها واژه‌های کلیدی را درشت یا پررنگ بنویسید تا بتوانید موقع خواندن، آنها را با تأکید بیشتری ادا کنید. همچنین بین بندهای خبر فضای خالی و بین هر دو خبر یک خط بگذارید. می‌توانید با در نظرگرفتن اینکه خواندن هر سه کلمه یک ثانیه طول می‌کشد، زمان تقریبی اخبار را محاسبه کنید.

به نحوه خواندن اخبار توسط یک مجری باتجربه در رادیو گوش کنید و به طرز بیان و زمانبندی او دقت کنید. پس از اتمام هر خبر یک مکث کوتاه داشته باشید تا از خبر بعدی جدا شود. گوینده باید با تأکید خاصی شروع کند. در غیراین صورت تشخیص اینکه چه موقع یک خبر به پایان می‌رسد و خبر بعدی شروع می‌شود برای شنونده دشوار خواهد بود. نکته مهم اینکه خبرها باید به شکلی روان خوانده شود.

بدین منظور قبل از اینکه برنامه روی آنتن برود، از هر فرصتی که دست می‌دهد برای تمرین استفاده کنید. هرچه بیشتر تمرین کنید، مهارت شما در ارائه اخبار بیشتر می‌شود. البته موفقیت در اجرا تاحدود زیادی به نحوه نگارش خبرها بستگی دارد. از به کاربردن جمله‌های طولانی خودداری و به جای واژه‌های پیچیده از کلمات ساده استفاده کنید.

چنانچه با تلفظ صحیح واژه‌های خارجی آشنا نباشید، ممکن است هنگام ادای آن دچار تشویش شوید. قبل از هر کار در مورد نحوه تلفظ این واژه‌ها کمک بگیرید. هرگز سعی نکنید که واژه‌های بیگانه را مانند مردم بومی آن کشور ادا کنید. این کار نه تنها سرعت بیان شما را کم می‌کند بلکه اگر نتوانید همه واژه‌ها یا اسامی خارجی را به همان خوبی تلفظ کنید، رفتار شما عجیب به نظر خواهد آمد. در بهترین حالت این کار شما به نظر خنده‌دار می‌آید و از ارزش خبری موضوع

می‌کاهد. بازیگری را به عهده بازیگران بگذارید.

و سرانجام سعی کنید هنگام خروجتان استودیو به همان شکلی باشد که موقع ورود توقع دارید. کاغذها و نوارهایی را که استفاده کرده‌اید جمع کنید.

گزارشگری آزاد

گزارشگران آزاد عموماً تجربه کار در رادیو را داشته‌اند و علاوه بر کسب مهارت‌های لازم با افراد زیادی نیز آشنایی دارند.

اگر قصد دارید که به طور آزاد کار کنید، ابتدا لازم است با تهیه‌کنندگان یا مدیران ایستگاه‌های رادیویی تماس بگیرید و بپرسید آیا امکان استفاده از مطالب شما را دارند یا خیر و چنانچه پاسخ مثبت است، چه نوع سوژه‌هایی را بیشتر احتیاج دارند. حتی اگر به شما فرصتی داده شود تا توانایی‌های خود را نشان دهید، شاید نخواهند پول زیادی به شما پرداخت کنند و حق الزحمه‌ای که می‌گیرید احتمالاً فقط هزینه‌هایی را که برای خرید سی‌دی و نوار صرف کرده‌اید، جبران می‌کند. حتی باز هم هیچ تضمینی وجود ندارد که مطالب شما حتماً استفاده شود. بهترین روش برای اینکه با رادیوها وارد کار شوید این است که اخباری تولید کنید که گزارشگران ثابت رادیو به آنها دسترسی ندارند. وقت و هزینه خود را صرف تولید گزارش‌های تحلیلی سه دقیقه‌ای نکنید. بعضی رادیوها از خبرنگاران آزاد برای پوشش دادگاه‌ها استفاده می‌کنند. به غیر از دادگاه‌ها، گزارشگران تقریباً تمام حوادث و وقایع را پوشش می‌دهند. بنابراین احتمال پیدا کردن خبر دست اولی که گزارشگران رادیو و دیگر خبرنگاران آزاد به آن دسترسی نداشته باشند بسیار ضعیف است.

اگر فکر می‌کنید سرمایه‌گذاری در این کار ارزش دارد، لازم است لوازم و تجهیزات ضبط گزارش را شخصاً تهیه کنید. مینی دیسک‌های نو را می‌توان به

قیمت‌های خوبی تهیه کرد. البته میکروفون‌هایی که کیفیت ضبط بالایی دارند، بسیار گرانقیمت هستند و قیمت آنها بسته به اینکه نو باشند یا دست دوم متفاوت است.

برای تهیه یک ضبط صوت دست دوم هزینه زیادی لازم نیست زیرا با ورود مینی دیسک به بازار این دستگاه‌ها تقریباً دیگر منسوخ شده‌اند. معمولاً در بازار کهنه فروش‌ها این دستگاه‌ها را پیدا نمی‌کنید اما احتمالاً آگهی‌های فروش آنها در مجله‌های تخصصی صوتی/تصویری موجود است. به یاد داشته باشید که چون مینی دیسک‌ها قیمت مناسبی دارند و کیفیت صدابرداری آنها فوق‌العاده بالاست، ضبط صوت‌های قدیمی‌تر دیگر قیمت چندانی ندارند.

برای تدوین نوارها بهتر است یک برنامه نرم‌افزاری صوتی که با رایانه کار می‌کند، تهیه کنید. البته این نرم‌افزارها ارزان نیستند. اگر یک دستگاه ضبط قدیمی با نوارهای قرقره‌ای را می‌خرید باید حتماً قابلیت ضبط دو باند صوتی و سرعت ۱۵ اینچ در ثانیه را داشته باشد. با استفاده از این ویژگی شما به عنوان تدوین‌گر این امکان را خواهید داشت تا هرگونه صدای اضافه حتی یک آه یا نفس در صحبت‌های مصاحبه شونده را پاک کنید.

چنانچه ایده‌های بکر و خوب و پشتکار داشته باشید، پیدا کردن کار به عنوان خبرنگار آزاد رادیو غیرممکن نخواهد بود. البته داشتن تجهیزات و لوازم مطمئن و با کیفیت یک امتیاز محسوب می‌شود. بهترین زمان برای کسب اعتبار و شهرت حرفه‌ای دوران دانشجویی است. زیرا در این دوران می‌توانید نشان دهید که کار خود را به صورت جدی آغاز کرده‌اید.

۱۵

گفت‌وگو با یک گزارشگر رادیو

کارولین هاجسون[1]، ۲۴ ساله، یک گزارشگر رادیو است و چند سالی است که در یک شبکه رادیویی مستقل در «وست ساسکس[2]» کار می‌کند. او دارای مدرک کارشناسی با رتبه بالا در رشته خبرنگاری است و کارشناسی ارشد خود را در رشته گزارشگری رادیو‌وتلویزیون به پایان رسانده است. هر دو مدرک را از دانشکده هنر فالموت در «کورنوال[3]» گرفته است.

س: چگونه از وجود این شغل در این رادیو مطلع شدید؟

ج: هنگامی‌که مشغول کارآموزی در یک رادیو در «بریستول[4]» بودم مطلع شدم که در این‌جا چنین شغلی وجود دارد. درواقع این را مدیون IRN (شبکه خبری مستقل رادیویی) هستم که پس از ارسال تقاضای کار از طریق آن مطلع شدم یک ایستگاه محلی در وست ساسکس به گزارشگر نیاز دارد. بعد هم نوبت انجام روال

---

1. Caroline Hodgson 2. West Sussex 3. Cornwall 4. Bristol

معمولی یعنی فرستادن یک نمونه نوار، سوابق کار و سپس مصاحبه رسید.

س: عنوان شغلی شما در این رادیو چیست؟

ج: هنوز عنوان شغلی معینی ندارم. برای کارها اداری از عنوان گزارشگر رادیو و تلویزیون استفاده می‌کنم. اما بعدازظهرها کار من ویرایش خبر است. شیفت کار من ۱۱ صبح شروع و ۷ بعدازظهر تمام می‌شود. آخر هفته‌ها فقط من یک نفر هستم و بنابراین باید همه کارها را خودم انجام بدهم. یکشنبه‌ها فقط دونفر یعنی من و مجری برنامه در استودیو هستیم.

س: آیا در اولین روز کاری خود آمادگی کافی داشتید؟

ج: راستش خیلی مضطرب بودم چون باید ناگهان وارد یک دنیای بـزرگ و پهناور می‌شدم. شاید این حرف خیلی تکراری باشد اما وقتی مجبور باشید کار را به شکل واقعی و از روی ساعت انجام دهید با زمانی که فقط تمرین می‌کنید، خیلی تفاوت دارد. یک هفته اول صرفاً برای معرفی و آشنایی با کار بود. این فکر بسیار خوبی بود چرا که فوق‌العاده به من کمک کرد. بنابراین قبل از شروع کار یک هفته آموزش دیدم. با این وجود در اولین روز کار به شکلی باورنکردنی ترسیده بودم زیرا کارهای زیادی بود که باید می‌فهمیدم و به انجام آن مسلط می‌شدم.

س: آیا کارهای عملی دوران تحصیل برایتان مفید بود؟

ج: از نظر آمادگی عملی احساس می‌کردم در بهترین وضع ممکن هستم. امـا واضح است که تجربه‌ای نداشتم و فکر می‌کنم ضعف کار من نداشتن تجربه بود.

س: در مورد وظایف روزمره خود بگویید.

ج: فرق می‌کند. اگر از من بپرسند «ساعت ۲:۱۲ چکار می‌کنی؟» مـی‌توانـم خیلی دقیق بگویم که در آن لحظه مشغول انجام چه کاری خواهم بود. وظـایف روزانه من از نظر محتوا متفاوت است اما نوع کار یکی است. الان حتی با چشم

بسته هم می‌توانم همه کارها را انجام دهم. وارد رادیو که می‌شوم در تهیه اخبار ظهر کمک می‌کنم. بیشتر اوقات خواندن اخبار این ساعت برعهده من نیست. بعضی وقت‌ها هم هست. مصاحبه‌ها را انجام می‌دهم، تدوین می‌کنم و برایشان مقدمه می‌نویسم و یا کارهای خیلی ساده از قبیل تلفن کردن به پلیس و آتش نشانی و اورژانس تا مطمئن شویم از همه اخبار و حوادث محلی مطلع هستیم. ساعت ۱:۳۰ وقتی سردبیر به منزل می‌رود، کارها را من برعهده می‌گیرم. مسؤولیت همه کارها با من است و اخبار بعدازظهر را با صلاحدید خودم تعیین می‌کنم. بیشتر وقتم صرف دوباره‌نویسی متون، انجام مصاحبه‌های همان روز یا روز بعد و ویرایش و تدوین می‌شود. از ساعت ۴ بعدازظهر معمولاً این جا خیلی شلوغ می‌شود. اخبار هر ساعت و عناوین خبری هر نیم ساعت پخش می‌شود. همچنین یک برنامه خبری ۱۵ دقیقه‌ای برای ساعت ۶ آماده می‌کنم.

س: از چه نوع لوازم و تجهیزاتی استفاده می‌کنید؟

ج: خوشبختانه استفاده از ضبط صوت‌های قدیمی بتدریج منسوخ می‌شود. این دستگاه‌ها امروزه دیگر بسیار ابتدایی و غیرقابل اطمینان هستند. برای ضبط مصاحبه از مینی دیسک استفاده می‌کنیم. دو تا که خود رادیو دارد و گزارشگرها هم هرکدام مینی دیسک خودشان را دارند. این مینی دیسک‌ها واقعاً فوق‌العاده هستند. علاوه براینکه کوچکند، کیفیت بسیار بالایی هم دارند. یک ضبط صوت هم داریم که فقط در موارد اضطراری استفاده می‌شود. وقتی از مینی دیسک استفاده می‌کنید، متوجه می‌شوید که چه دستگاه فوق‌العاده‌ای است.

س: از چه تجهیزاتی برای تدوین استفاده می‌کنید؟

ج: یک سیستم تدوین دیجیتالی به نام **Audio Vault** داریم که خیلی عالی است. فقط رادیوی ما و رادیو بی بی سی در سراسر انگلستان از این سیستم

استفاده می‌کنند. بقیه از سیستم‌های قدیمی‌تر استفاده می‌کنند. وقتی نحوه عملکرد آن را بیاموزید، درمی‌یابید که کار با آن بسیار ساده است.

س: آیا تا به حال برایتان اتفاق افتاده که در مأموریتی متوجه شوید عوض کردن باتری‌های ضبط صوت را فراموش کرده‌اید؟

ج: باتری‌ها همیشه شارژ و آماده است و سی‌دی‌ها را هم قبل از رفتن بررسی می‌کنیم. اما یک بار که برای مصاحبه با یک نماینده پارلمان رفته بودم، اتفاق بدی افتاد. البته درست است که این افراد نیز مانند بقیه انسان هستند، اما چون اشخاص مهمی هستند، معمولاً وقتشان تنگ است. خلاصه موقعی که کاملاً آماده شدم شروع به پرسیدن سؤال‌ها کردم اما هیچ صدایی روی مینی دیسک ضبط نمی‌شد علیرغم اینکه همه اتصال‌ها درست و محکم بود. بالاخره او را متقاعد کردم تا سر راهش به پارلمان سری به استودیوی خبر بزند تا مصاحبه را دوباره انجام دهیم. مشکل این بود که سرپیچ میکروفون مقداری جزئی زنگ زده بود و از آنجا که این دستگاه‌ها فوق العاده حساس هستند، صدا را ضبط نمی‌کرد.

س: آیا هیچ وقت در برنامه‌های زنده اشتباه کرده‌اید؟

ج: اوایل کارم بود. درست همان هفته‌ای که استیضاح بیل کلینتون[1] رئیس جمهور سابق آمریکا قرار بود آغاز شود. اتفاقاً در همان هفته **IRN** مرتباً در مورد پرنسس دایانا[2] گزارش پخش می‌کرد، زیرا به اولین سالروز مرگ او نزدیک می‌شدیم. تمام روز وقتم را صرف گردآوری مطالب در مورد پرنسس دایانا کردم. بعدازظهر آن روز هم ماجرای کلینتون در آمریکا شروع می‌شد و من مرتباً سعی می‌کردم در جریان آخرین خبرها باشم. اولین کار بلند من که گزارش تحلیلی

---

1. Bill Clinton   2. Princess Diana

ساعت ۶ بود شروع شد. میکروفون را باز کردم و گفتم: «من کارولین هاجسون هستم ... پرنسس کلینتون ...» در آن لحظه تنها کاری که توانستم انجام دهم این بود که به خواندن گزارش ادامه دهم. نه می‌توانستم بخندم و نه اینکه اشتباهم را تصحیح کنم. ترشح آدرنالین که در بدن بالا می‌رود، دیگر نمی‌توانید بخندید. حتی حالت گیجی و بهت نیز به انسان دست نمی‌دهد. ممکن است یک کلمه را جا بیندازید اما با این وجود ادامه می‌دهید.

س: آیا هنگامی که برای تهیه گزارش به خارج از استودیو می‌روید لباس فرم می‌پوشید و ضوابط خاصی را از نظر پوشش رعایت می‌کنید؟

ج: من شخصاً سعی می‌کنم لباس تمیز و مرتب بپوشم. البته در دستورالعمل‌های کاری ما هم آمده است که در مأموریت‌های خارج از استودیو به این موضوع توجه کنیم چراکه مردم از ملاقات با خبرنگاری که سرووضع به هم ریخته و شلخته دارد خوشحال نمی‌شوند. حتماً نباید کت و شلوار پوشید اما شلوار و پیراهن برای آقایان و بلوز و دامن برای خانم‌ها مناسب است. لباس معمول این روزها همین است. البته به ما یک پیراهن یقه اسکی و یک بلوز آستین بلند با آرام رادیو می‌دهند. یک کاپشن بزرگ هم با همین آرم داریم که به درد روزهای باد و بارانی می‌خورد.

س: مقررات رادیو چگونه است؟ به عنوان مثال آیا قوانین سختی بر استودیو حاکم است؟

ج: قوانین و مقررات در هر بخش فرق می‌کند. من در کار خودم دستورالعمل‌های مربوط به اخبار را رعایت می‌کنم. مثلاً تمام خبرها پس از سه نوبت تکرار روی آنتن باید دوباره‌نویسی شوند تا تکراری به نظر نیایند. از برخی کلمه‌ها در اخبار نباید استفاده کنیم چون معنای آن برای همه شنونده‌ها یکسان

نیست. قوانین سفت و سختی وجود دارد که باید تابع آنها باشم. مثلاً در مورد قضایای حقوقی مسایلی باید رعایت شوند تا گزارشگر به اتهام اهانت به دادگاه احضار نشود.

س: شما مستقیماً زیر نظر چه کسی کار می‌کنید؟

ج: رئیس من شخص سردبیر است.

س: چگونه از وظایف کاری خود مطلع می‌شوید؟

ج: یک دفتر داریم که وظایف افراد در آن ثبت می‌شود. بخش زیادی از کار از قبل برنامه‌ریزی می‌شود. من خبرهای روز بعد را می‌نویسم. بنابراین هنگام گوش کردن به اخبار صبح می‌دانم که خبرها از چه قرار است. اگر اتفاق جدیدی روی داده باشد می‌دانم که باید بیرون بروم و در مورد آن گزارشی تهیه کنم. باید به اوضاع مسلط بود.

س: آیا دفترچه تلفن و نشانی شخصی دارید؟

ج: بله، یکی دارم. اصولاً نام و نشانی تمام افرادی را که با آنها در تماس هستم و به نوعی با کارم ارتباط دارند در دفترچه‌ام ثبت می‌کنم. نمی‌توانم بگویم که این کار چقدر اهمیت دارد. اگر روزی قصاب دهکده در مورد بحران گوشت صحبت کرد، حتماً نام و مشخصاتش را در دفترچه‌تان وارد کنید زیرا مشخص نیست چه وقت دوباره سروکارتان با او می‌افتد.

س: آیا نوشتن اخبار را در دوران تحصیل آموختید؟

ج: در طول دوسالی که این جا بوده‌ام، مهارتم در نوشتن خبر به مراتب بهتر شده است. در حین انجام کار مطالب زیادی یاد می‌گیرید. در ضمن ویراستار من معلم بسیار خوبی است و تسلط زیادی به نگارش خبر دارد.

س: آیا برای تایپ کردن متون از رایانه‌های شخصی معمولی استفاده می‌کنید؟

ج: در زمان حاضر برای تایپ کردن متون از برنامه «ورد» (Word) استفاده می‌کنم، اما قرار است به زودی از برنامه «روبرت» (Robert) استفاده کنیم. این برنامه هم متن خبرگزاری و هم متن شما را وارد رایانه می‌کند. در ضمن کار با آن ساده‌تر است زیرا زمان هر خبر را اندازه‌گیری می‌کند.

س: آیا می‌توانید بدون نگاه کردن به صفحه کلید تایپ کنید؟

ج: خیر، اما سرعتم نسبتاً زیاد است.

س: آیا تندنویسی هم می‌کنید؟

ج: بله، البته نه به آن اندازه که لازم است. راستش من از دادگاه گزارش تهیه نمی‌کنم و این کار معمولاً توسط خبرنگاران آزاد انجام می‌شود. من معمولاً مطالبی را از اخبار خبرگزاری‌ها یادداشت می‌کنم تا بتوانم خبرها را تنظیم کنم.

س: چرا شما از دادگاه گزارش تهیه نمی‌کنید؟

ج: رادیوی ما خیلی کوچک است و از نظر زمان یا هزینه برایش صرف نمی‌کند که خبرنگاری را برای پوشش دادگاه اعزام کند. بنابراین خبرنگاران آزاد خبرهایشان را می‌آورند و اگر خوب بود ما قبول می‌کنیم. در بعضی موارد ممکن است حتی از پنج خط نیز تجاوز نکند. آنها هم برای مطبوعات و هم شبکه‌های تلویزیونی خبر تهیه می‌کنند. برخی خبرگزاری‌ها نیز به‌طور ویژه اخبار مربوط به دادگاه‌ها را پوشش می‌دهند.

س: آیا تا به حال مصاحبه‌های مردمی یا گزارش‌های تحلیلی سه دقیقه‌ای نیز تهیه کرده‌اید؟

ج: از انجام مصاحبه‌های مردمی بیزارم. به نظرم این بدترین کار دنیاست. گزارش خیلی تهیه کرده‌ام. ما یک برنامه خبری ۱۵ دقیقه‌ای داریم که سه بار در روز پخش می‌شود. گزارش‌هایمان هم در حدود ۱/۵ دقیقه و گاهی بیشتر است.

س: آیا کار شما محدود به پوشش اخبار در وست ساسکس می‌شود؟

ج: یک بار برای یک مأموریت سه روزه به ایرلند شمالی اعزام شدم تا در مورد انحلال یک واحد پلیس ارتش سلطنتی گزارشی تهیه کنم. تجربه فوق‌العاده خوبی بود. رفتن به یک مکان جدید، جمع‌آوری اطلاعات و استفاده از آن به بهترین شکل ممکن جذابیت زیادی داشت. عید پاک بود و یک فرصت بسیار عالی که کمتر دست می‌دهد. ما در این شهر منابعی غنی برای تولید خبر داریم. مثل فستیوال سرعت در «گودوود[1]» و مسابقات اتومبیلرانی که سالی دوبار برگزار می‌شوند. شخصیت‌ها و چهره‌های سرشناسی که به این شهر می‌آیند، قهرمانان اتومبیلرانی و فرصت اینکه همه آنها را کنار هم داشته باشی و از آنها برنامه بسازی واقعاً باورنکردنی است. این وقایع همه در همسایگی ما به وقوع می‌پیوندد و از این نظر خوش شانس هستیم.

س: پیشرفت حرفه‌ای تان را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

ج: برنامه‌ام این است که برای ازدواج مرخصی بگیرم. اگر قرار نبود ازدواج کنم، آن وقت به یک ایستگاه رادیویی بزرگتر می‌رفتم تا به عنوان خبرنگار ارشد کار کنم و یا به یک رادیوی کوچکتر که ویراستار شوم. من رادیو را دوست دارم اما نسبت به کل این حرفه کمی دلسرد شده‌ام. علیرغم شور و نشاطی که در این کار هست، بعضی وقت‌ها واقعاً دلتان می‌خواهد موهایتان را بکنید و یا سخت و از ته دل گریه کنید. شش روز هفته کار می‌کنید، اما درآمد آن بسیار اسفبار است. این کار را نمی‌شود برای درآمد آن انجام داد بویژه در رادیوهای مستقل، بلکه شور و نشاط حاکم بر فضای کار تنها انگیزه است. برای گذراندن دوره کارشناسی و کارشناسی

---

1. Goodwood

ارشد زحمت زیادی کشیدم و حتی یک وام ده هزار پوندی گرفتم تا شهریه دانشگاه را بپردازم و دست آخر هم مشغول کاری شدم که حقوق آن برای شروع در حدود یازده هزار پوند در سال است و این بسیار تأسف‌آور است. بله، البته بی بی سی پول بیشتری می‌دهد اما محیط کاری در آن جا به طورکلی متفاوت است.

س: در هفته چند ساعت کار می‌کنید؟ ۵۰ یا ۶۰ ساعت؟

ج: بعضی وقت‌ها بیشتر هم می‌شود. ساعت کاری من از ۱۱ صبح تا ۷ بعدازظهر است. اما هرگز پیش نیامده که ساعت ۷ از محل کارم خارج شوم. بعضی وقت‌ها زودتر می‌آیم و دیرتر می‌روم. هر ماه یکی از روزهای یکشنبه را هم کار می‌کنم. دوشنبه کارم را از ۵ صبح شروع کردم و دوهفته تمام بدون تعطیلی کار کرده‌ام. درواقع ۱۱ روز کاری پشت سرهم به ازای ۳۸ پوند برای هر شیفت کاری و این اصلاً منصفانه نیست.

س: مرخصی استحقاقی‌تان چند روز است؟

ج: ۲۰ روز در سال.

س: چه میزان از کارتان را از داخل اتاق خبر و با استفاده از تلفن انجام می‌دهید؟

ج: تلفن کردن بخشی از کار است. به افراد مختلف تلفن می‌کنیم تا از آنها سؤالی بپرسیم یا قرار مصاحبه بگذاریم و یا از کارهایی که انجام می‌دهند کسب اطلاع کنیم. بعضی از این تلفن‌ها هم تماس‌های روزانه با گارد ساحلی، آتش نشانی و فوریت‌های پزشکی است. این هم مثل نوشتن، قسمتی از کار است. حالا که دسترسی به اینترنت هم داریم می‌توانیم از آن برای انجام کارهای مختلف استفاده کنیم. مثلاً می‌توانیم اطلاعیه‌های مطبوعاتی دولت را به دست آوریم.

س: آیا عضو انجمن صنفی هستید؟

ج: خیر عضو نیستم زیرا توانایی پرداخت حق عضویت را ندارم. و این باعث تأسف است. حق عضویت فقط حدود ۱۰ پوند در ماه است اما من نمی‌توانم چنین مبلغی بپردازم.

۱۶

گزارشگر دادگاه

این فصل به‌طور خلاصه به گزارش تحقیقات و دعواهای حقوقی می‌پردازد اما هدف آن به هیچ وجه ارائه یک توضیح کامل و جامع ازگزارشگری دادگاه نیست.

خبرنگارانی که قصد پوشش دعواهای حقوقی را دارند، معمولاً باید امتحان‌های خاصی را بگذرانند. در انگلستان این امتحان در پایان یک دوره آموزشی که مورد تأیید شورای آموزش خبرنگاری رسانه‌های دیداری شنیداری و یا شورای ملی آموزش خبرنگاران است، برگزار می‌شود.

خبرنگار و قانون

لزومی ندارد که یک خبرنگار مانند یک وکیل دعاوی یا حقوقدان به تمام جزئیات قانون کیفری واقف باشد، اما باید قوانینی را که به نوعی به وظایف خبرنگاری او مربوط می‌شود بداند. مثلاً اینکه چه چیزی را می‌توان و چه چیزی را نمی‌توان گزارش کرد.

در انگلستان خبرنگاران درست مانند هر شهروند دیگری حق ورود به تمام دادگاه‌ها و مشاهده مراحل دادرسی را دارند. حضور خبرنگاران و مردم عادی برای حصول اطمینان از رعایت عدالت است. در دوران معاصر اما استثناهایی نیز قایل شده‌اند که به موجب آن از ورود عامه مردم به دادگاه‌های مربوط به نوجوانان و امور داخلی کشور جلوگیری می‌شود.

خبرنگاران در دادگاه نسبت به مردم عادی از دو امتیاز ویژه برخوردار هستند. امتیاز اول به خبرنگار این اجازه را می‌دهد تا تمام اتهامات مطرح شده در دادگاه و تمام احکام صادره شده را گزارش کند بدون اینکه به دلیل هتک حرمت مورد اتهام واقع شود. این امتیاز در مورد اتهامات و اظهاراتی که در خارج از اتاق دادگاه صورت می‌گیرد، صدق نمی‌کند. طبق قوانین و مقررات، خبرنگار در ازای این امتیاز موظف است که گزارش خودرا به شکلی منصفانه و دقیق تنظیم کند، در اسرع وقت یعنی در اولین شمارهٔ ممکن به چاپ برساند و به هیچ دلیلی چاپ آن را به بعد موکول نکند.

دومین امتیاز این است که در یک طرف دادگاه جایگاه ویژه‌ای به نشستن خبرنگاران اختصاص می‌یابد. البته بسیاری از خبرنگاران بر این باورند که این مسأله نه تنها امتیازی به شمار نمی‌آید بلکه باعث می‌شود تا آنها نتوانند از فاصله زیاد بویژه در ساختمان‌های قدیمی‌تر، مذاکرات دادگاه را براحتی ببینند و بشنوند.

هیچ سردبیر مسؤولی یک کارآموز یا خبرنگار بی‌تجربه را برای اولین مأموریت کاری به تنهایی به دادگاه نمی‌فرستد. حتی اگر خبرنگار در دوران دانشجویی خود تهیه گزارش از دادگاه را تجربه کرده باشد، این نهایت بی‌توجهی سردبیر است که او را تنها به دادگاه بفرستد. این کار خطرات زیادی به دنبال دارد و هیچ روزنامه‌ای از اینکه به اتهام هتک حرمت یا اهانت به دادگاه جریمه شود،

استقبال نمی‌کند. پوشش خبری یک دادگاه به کمک یک همکار باتجربه مزایای بسیاری دارد. وقتی با یک خبرنگار دیگر کار می‌کنید می‌آموزید که روزنامه چگونه در جریان تاریخ دادگاه‌های بعدی قرار می‌گیرد. گاهی اوقات تاریخ و زمان جلسات دادگاه در محل دادگاه و در اعلامیه‌هایی که همان روز نصب می‌شوند، به اطلاع عموم می‌رسد. در کشور انگلستان علیرغم دستورالعمل‌های صادره از سوی وزارت کشور مبنی بر اینکه مطبوعات باید به محض تهیه برنامه جلسات دادگاه در جریان آن قرار بگیرند، همیشه این‌گونه عمل نمی‌شود. برخی روزنامه‌ها که خبرهای مربوط به جنایات و دستگیری متهمان پرونده را پوشش داده‌اند، زمان تقریبی جلسات دادرسی را تخمین می‌زنند. این جاست که داشتن رابطه نزدیک با پلیس محلی سودمند است زیرا پلیس احتمالاً روزنامه را از زمان دادرسی پرونده آگاه می‌کند. درواقع خبردادن به روزنامه‌ها به نفع پلیس است، بویژه در مواردی که تبلیغات و پوشش رسانه‌ای به روند تحقیقات کمک می‌کند.

در مورد پرونده‌های جنایی معمولاً فهرستی موجود است که جزئیات مربوط به متهم و اتهامات وارده طبق قانون را ارائه می‌کند. همچنین نام افسر پرونده که متهم را دستگیر کرده نیز قید می‌شود. حتی اگر یک تیم پلیس در زمان دستگیری حضور داشته‌اند، تنها نام افسری که شخصاً مظنون را دستگیر کرده است ثبت می‌شود.

در داخل دادگاه، خبرنگار نیز باید همچون دیگر افراد طبق قوانین و مقررات رفتار کند، در طول محاکمه ساکت باشد و در جای خود بنشیند. هنگامی که دادگاه رسمی است، خبرنگار از هیچ امتیاز ویژه‌ای برخوردار نیست. اما پس از ختم دادرسی اجازه دارد از منشی دادگاه، وکیل دعاوی یا افسران پلیسی که در دادگاه‌های جنایی حضور دارند، پرسشهای خود را مطرح کند. پس از اینکه مدتی

در این کار تجربه کسب کردید، منشی و راهنمای دادگاه با شما آشنا می‌شوند و در صورت نیاز به شما کمک می‌کنند.

روش تهیه گزارش از دادگاه شبیه روشی است که برای رویدادهای خبری دیگر به کار می‌برید، یعنی باید از اطلاعات مرتبط یادداشت‌های دقیق بردارید. این نکته که یادداشت‌ها صحیح و دقیق باشد اهمیت زیادی دارد. اسامی و نشانی‌ها را باید با جزئیات کامل و به شکل صحیح ثبت کنید. نباید فقط بنویسید متهم «جان اسمیت» در خیابان «اسمیت» و در شهر «اسمیت» زندگی می‌کند زیرا ممکن است بیش از یک نفر با همین نام در همان خیابان سکونت داشته باشند. بنابراین باید نام متهم و نشانی دقیق او با املای صحیح و به طور کامل نوشته شود. مشخصات افراد را دومرتبه در دفترچه یادداشت خود بررسی کنید تا از نگارش صحیح آن مطمئن شوید. برای اطمینان از صحت اطلاعات از منشی دادگاه کمک بگیرید.

در انگلستان حق استفاده از ضبط صوت یا مینی دیسک در دادگاه داده نمی‌شود و خبرنگاران نباید سعی کنند که دستگاه ضبط صوت را پنهانی به دادگاه بیاورند. موقع یادداشت برداشتن از هر جلسه در دفترچه یادداشت خود تاریخ را بنویسید و برای آن عنوانی انتخاب کنید. حتماً همه یادداشت‌ها را حداقل به مدت شش ماه نزد خود نگه دارید تا در صورتی که در مورد شما یا روزنامه‌تان ادعای هتک حرمت شد و یا مشکلات دیگری بروز کرد به آن رجوع کنید.

اینکه سرانجام فقط نسخه اصلی یادداشت‌های شما معتبر است. تبدیل آنها به یک متن رایانه‌ای و یا نوار صوتی بدان معناست که دیگر مدارک محکمه پسند و معتبری نیستند.

۱۷

گزارشگر اینترنتی

از آنجا که اولین صفحات تاریخ اینترنت هنوز در حال نگارش است، تلاش برای توضیح وظایف یک خبرنگار اینترنتی در زمان حاضر دشوار است.

از زمانی که سایت‌های خبری اینترنتی در دهه ۱۹۹۰ شروع به کار کردند، رسانه‌های صوتی تصویری و مطبوعات در مورد اهداف و توانایی‌های گزارشگری اینترنتی به طور قابل ملاحظه‌ای تجدیدنظر کرده‌اند. روزنامه‌هایی که تصور می‌کردند فقط کافی است صفحات چاپی خود را به سایت‌های اینترنتی منتقل کنند، بتدریج دریافتند که باید در این عقیده خود تجدیدنظر کنند.

همان‌گونه که تلویزیون نسبت به رادیو و رادیو نسبت به مطبوعات دارای عملکرد و هویت جداگانه‌ای است، اینترنت نیز باید به عنوان رسانه‌ای با موجودیت مستقل و منحصر به فرد شناخته شود. ممکن است که اینترنت مکمل رسانه‌های دیگر باشد، اما زیرمجموعه هیچ کدام از آنها نیست. بنابراین نمی‌توان آن را یک روزنامه الکترونیکی یا صفحه تلویزیونی با تصویر ثابت به شمار آورد.

تناقض آشکار در این است که رسانه‌های دیگر حالت تدافعی خود را کنار گذاشته‌اند و با مهار کردن این رسانه جدید آن را به خدمت اهداف خود درآورده‌اند. به عنوان مثال مطبوعات محلی در انگلستان با آغوش باز از این فناوری جدید استقبال کرده‌اند و اخبار خود را روی خط اینترنت نیز ارائه می‌کنند. اخباری که مخاطبین آن را یک جمعیت چند هزار نفری تشکیل می‌داد، حالا می‌تواند راه به جوامع بین‌المللی پیدا کند. مثلاً یک مهندس ماشین آلات کشاورزی در یک منطقه دورافتاده می‌تواند با استفاده از اینترنت در جریان آخرین تحولات عمده در شیوه تعمیر ماشین آلات قرار بگیرد.

البته شبکه اینترنت می‌تواند در سطح محلی نیز به همان میزان مهم و کارساز باشد. هیچ دلیلی وجود ندارد که یک محله روستایی نتواند اخبار محلی و اطلاعیه‌های مربوط به مراسم محلی را روی اینترنت ارائه کند.

نکته جالب دیگر اینکه به دلیل قابلیت دسترسی آسان، حتی یک خبرنگار نیز می‌تواند سایت خبری خود را به تنهایی روی شبکه راه‌اندازی کند و مستقیماً با مجموعه‌های خبری بزرگی که در غیر این صورت به عنوان کارفرمای او محسوب می‌شدند، رقابت کند. اینترنت همچنین به گزارشگر این امکان را می‌دهد تا از کسانی که با استفاده از نفوذ سیاسی و یا قدرت مالی خود سعی در محدودکردن منابع و گردآوری اخبار را دارند، کناره بگیرد.

آنچه بدون تردید جمع‌آوری و ارائه اخبار را چه در سطح ملی و چه جهانی تحت تأثیر قرار می‌دهد، توانایی مخاطب در انتخاب اخباری است که مورد علاقه‌اش قرار دارد. برخلاف اخبار رادیو یا تلویزیون که شنونده و یا بیننده در آن نقش فعالی ندارد، مخاطب اینترنتی می‌تواند با استفاده از امکان جست‌وجو اخبار دلخواه خود را پیدا کند. ممکن است در ابتدا معنایش آن باشد که مخاطب از اخبار

مربوط به جنگ و خشکسالی و سوانح صرفنظر می‌کند و در عوض خبرهای مربوط به ورزش، مسابقات، برنامه‌های هنری و تفریحی وگزارش‌های مربوط به شیوه‌های مختلف زندگی را دنبال می‌کند.

«جیم هال[1]» در کتابی با عنوان «نقدی بر خبرنگاری اینترنتی[2]» می‌نویسد شرکت‌هایی مانند «آمریکا ان لاین[3]» معتقدند که کار آنها به جای تهیه خبر بیشتر گردآوری اخبار از منابع موجود است و بنابراین دیگر نیازی به خبرنگار وجود ندارد. هال در ادامه می‌نویسد که در سال ۱۹۹۷ و به دنبال مرگ پرنسس دایانا عروس ملکه انگلیس تقاضای کاربران اینترنتی برای اخبار نسبت به هفته قبل از آن ۶۰۰ درصد افزایش پیدا کرد واین مسأله بخوبی نشان می‌دهد که گردآوری اخبار موجود به هیچ وجه نمی‌تواند جایگزین تهیه خبر شود.

گفت‌وگو با دانیل گارت

دانیل گارت[4] نویسنده روزنامه‌های «ایونینگ ادورتایزر[5]»، «دیوایزز گازت[6]» و «هرالد[7]» است که در شهر «سوییندون[8]» منتشر می‌شوند و علاوه‌بر نویسندگی اداره سایت اینترنتی این روزنامه‌ها را نیز برعهده دارد. او همچنین در ستون‌هایی که برای این روزنامه‌ها می‌نویسد به بررسی سایت‌های اینترنتی می‌پردازد.

س: کار خود را به عنوان روزنامه‌نگار اینترنتی چگونه آغاز کردید؟

ج: قبلاً برای یک شرکت طراحی وب سایت کار می‌کردم و در آن جا مطالب

---

1. Jim Hall 2. Online Journalism: A Critical Primer 3. America On Line
4. Daniel Garrett 5. Evening Advertiser 6. Devizes Gazette 7. Herald
8. Swindon

زیادی در مورد نکات فنی شبکه و به‌طور کلی رایانه یاد گرفتم. من همیشه به طراحی سایت علاقه داشتم و در آن جا علاوه بر کارهای فنی، سایت را نیز طراحی می‌کردم. بعد روزنامه «ایونینگ ادورتایزر» یعنی جایی که الان مشغول کار هستم، برای یک طراح و متخصص شبکه آگهی داد، و من که مایل بودم وارد این زمینه کاری بشوم و در آن سررشته داشتم، تقاضای کار فرستادم. برای روز مصاحبه باید یک وب سایت طراحی می‌کردم. به خاطر بعضی پیشنهادها و نظریاتی که مطرح کردم این کار را به من دادند. من همیشه تسلط خوبی به زبان انگلیسی داشته‌ام و علاقه زیادی هم به واژه‌ها و خواندن دارم. این علاقه من طبعاً در مورد نویسندگی و ویرایش مطالب اینترنتی هم صدق می‌کرد. حالا هم برای روزنامه سرمقاله می‌نویسم و هم مطالبی در مورد اخبار اینترنتی.

س: آیا در زمینه روزنگاری آموزش خاصی دیده‌اید؟

ج: خیر، به هیچ وجه.

س: صفحات اینترنتی روزنامه به چه موضوع‌هایی می‌پردازد؟

ج: یک صفحه اینترنتی داریم با عنوان «این جا "ویلت شایر[1]" است». تمام اخبار و مطالب ورزشی و اطلاعات مرتبط با موضوع را که در روزنامه کار می‌شود، روی خط می‌فرستیم. هر موقع قرار است مطلبی در روزنامه نوشته شود که نیازی به اظهارنظر فنی‌تر در مورد اینترنت و مسایل مرتبط با آن دارد، این کار برعهده من قرار می‌گیرد. اخیراً یک ضمیمه ۳۲ صفحه‌ای در مورد موضوع‌های مختلف در ویلت شایر داشتیم و من در آن مطلبی راجع به خرید کردن از طریق اینترنت، پیاده کردن موسیقی از سایت‌های اینترنتی و همچنین مروری بر سایت روزنامه

1. Wiltshire

خودمان نوشتم. صفحهٔ «اینجا ویلت شایر است» درواقع مجموعه‌ای از خبرهای منتخب هفته است و من به‌طور مرتب برای این صفحه مطلب می‌نویسم.

س: آیا هنگامی که یک گزارشگر خبر خود را تحویل می‌دهد، آن خبر را با استفاده از یک فایل FTP روی خط می‌فرستند تا شما به آن دسترسی داشته باشید؟

ج: درواقع خبر برای من فرستاده نمی‌شود بلکه به صورت خودکار روی شبکه قرار می‌گیرد. هر خبرنگار مدت زمان محدودی دراختیار دارد تا مطمئن شود حروف بدرستی روی اینترنت نمایش داده می‌شوند. به عنوان مثال ممکن است در یک خبر نوشته شده باشد: «ادامه در صفحه ۲». این مطلب روی اینترنت معنایی ندارد. بنابراین باید بسرعت نمونه خوانی و غلط‌گیری شود.

س: برای افرادی که مایلند خبرنگار اینترنتی شوند چه توصیه‌ای دارید؟

ج: حتماً یک نمونه کار مانند وب سایتی که قبلاً طراحی کرده‌اید داشته باشید تا به کارفرما نشان بدهید. این مسأله در سوابق کاری و حرفه‌ای شما بسیار مؤثر است و احتمال موفقیت شما را افزایش می‌دهد. زیاد نگران دانشگاه رفتن نباشید زیرا این حرفه نوپایی است که در آن تجربه به اندازه تحصیلات ارزش دارد.

س: آیا تحصیلات دانشگاهی دارید؟

ج: خیر. تحصیلات من در حد دبیرستان است. اما فکر نمی‌کنم داشتن مدرک ملاک خوبی برای سنجش توانایی‌های یک فرد باشد.

س: واکنش کاربران اینترنتی نسبت به سایت شما چگونه است؟

ج: بسیار عالی است. بزودی تغییرات جدیدی در سایت خواهیم داد. به محض اینکه وارد صفحه «اینجا ویلت شایر است» بشوید، یک پنجره کوچک باز می‌شود که به شما تغییرات جدید سایت را نشان می‌دهد و سؤال‌هایی کوتاه در

مورد بخش‌هایی که دوست دارید یا ندارید از شما مطرح می‌کند. درواقع مردم دائماً با ما در ارتباط هستند و نظر خود را در مورد قسمت‌های مختلف سایت ابراز می‌کنند.

س: آیا کاربران کشورهای دیگر هم در مورد سایت شما نظرات خود را اعلام می‌کنند؟

ج: خیلی کم. بیشترشان برای بخش «آنها کجا هستند؟» می‌نویسند. این افراد معمولاً کسانی هستند که از ویلت شایر و سوییندون رفته‌اند و حالا مایلند با دوست‌های قدیمی خود تماس برقرار کنند. چند نفر هم از این طریق موفق شده‌اند.

۱۸

نشریات تخصصی

در طول دو دهه گذشته تعداد نشریات تخصصی بسیار افزایش یافته است. از سال‌های آغازین قرن بیست‌ویکم، تعداد زیادی مؤسسه‌های انتشاراتی کوچک در انگلستان هستند که مجله‌ها و روزنامه‌های درون سازمانی یا اینترنتی برای شرکت‌ها و سازمان‌های مختلف منتشر می‌کنند. موضوع‌هایی که در این نشریات پوشش داده می‌شود بتدریج محصولاتی است که این شرکت‌ها تولید می‌کنند. بعضی از این مجله‌ها جنبه تبلیغاتی دارند و برای جلب نظر مشتریان سوپرمارکت‌ها و فروشگاه‌های بزرگ چاپ می‌شوند درحالی که برخی دیگر نشریاتی هستند که صرفاً برای کارکنان خود سازمان‌ها و شرکت‌ها منتشر می‌شوند. دسته دوم اخبار و اطلاعاتی مفید و آموزنده برای کارکنان درج می‌کنند و آنان را در جریان آخرین تحولات حوزهٔ کاری خود قرار می‌دهند. این‌ها نشریات غیرحرفه‌ای نیستند که به شیوه مجله‌های روستایی و محلی طراحی و منتشر شوند. بلکه شرکت‌ها برای چاپ چنین نشریاتی از همکاری روزنامه‌نگاران حرفه‌ای به

صورت تمام وقت یا آزاد استفاده می‌کنند. بنابراین آن دسته از افرادی که مهارت‌های لازم را داشته باشند در بخش نشریات تخصصی نیز فرصت‌های شغلی خوبی خواهند یافت.

به عنوان مثال یک شرکت آبرسانی برای کارکنان خود دو مجله تخصصی چاپ می‌کند. موضوع‌های این دو نشریه به‌طور عمده مربوط به صنایع آب و آبرسانی است و اخبار و مقالاتی در زمینه تحولات جهانی، ملی و منطقه‌ای دربردارد. مسایل زیست محیطی (رودخانه‌ها، دریاچه‌ها و حیات وحش) و نیز تحولات مربوط به کارکنان سازمان از جمله ارتقا پست، پاداش، دستاوردها، بازنشستگی، آگهی تسلیت و رویدادهای ویژه از عمده مطالبی است که در این دو نشریه به چاپ می‌رسد. آگهی‌های تجاری در این دو نشریه چاپ نمی‌شود.

گفت‌وگو با ایان مارتین

مصاحبه زیر با ایان مارتین[1] نویسنده و مشاور یکی از دو نشریه داخلی این شرکت آبرسانی انجام شده است. ایان که ۲۹ سال دارد قبل از اینکه در بخش روابط عمومی مشغول به کار شود، به عنوان خبرنگار با چند روزنامه و هفته‌نامه همکاری می‌کرد. قبل از شروع کار در این شرکت، او معاون سردبیر یک نشریه داخلی دیگر بود.

س: آیا روزنامه‌نگاری را با کار برای نشریات تخصصی و تجاری شروع کردید؟

ج: خیر. در ابتدا برای یک هفته‌نامه محلی کار می‌کردم.

1. Ian Martin

س: آیا روزنامه‌نگار شدن هدف شما بود؟

ج: از زمانی که ۱۱ ساله بودم، همیشه دلم می‌خواست که روزی روزنامه‌نگار شوم.

س: آیا آموزش روزنامه‌نگاری هم دیده‌اید و اگر پاسخ مثبت است در کجا؟

ج: یک دوره یک ساله را که توسط شورای ملی آموزش خبرنگاران ارائه می‌شد گذراندم و بعد هم دو سال در یک هفته‌نامه کارآموزی کردم.

س: آیا نشریه‌ای که اکنون با آن همکاری می‌کنید تجاری محسوب می‌شود یا تخصصی؟

ج: این درواقع نشریه‌ای داخلی است که هدف آن اطلاع رسانی به کارکنان و بازنشستگان در مورد آخرین تحولات شرکت است.

س: اولین چاپ آن مربوط به چه زمانی است؟

ج: سال ۱۹۷۰

س: آیا با روزنامه‌نگاران آزاد هم همکاری دارید و در این صورت چقدر از کار را آنها انجام می‌دهند؟

ج: خیر. این نشریه صرفاً توسط کارکنان ثابت نوشته می‌شود.

س: نشریه محصول کار چند نفر است؟

ج: سردبیر خبرها را می‌نویسد و ویرایش می‌کند و طراحی را هم طراح شرکت انجام می‌دهد.

س: نشریه چه تحولاتی را پشت‌سر گذاشته است؟

ج: در ژانویه سال ۲۰۰۰، یک تیم از داخل شرکت نسخه رایانه‌ای نشریه را روی شبکه داخلی راه‌اندازی کرد. برای آن دسته از کارکنان که به شبکه داخلی شرکت دسترسی ندارند، هرماه یک مجله در قطع کاغذ A4 با طراحی جدید چاپ

می‌شود.

س: بودجه نشریه از کجا تأمین می‌شود؟

ج: از محل بودجه‌ای که به روابط عمومی شرکت اختصاص می‌یابد.

س: توزیع آن چگونه است؟

ج: نسخه اینترانت از طریق شبکه داخلی قابل دسترسی است. نسخه چاپی را هم برای مسؤولین در بخش‌های مختلف می‌فرستیم و آنها آن را بین افراد پخش می‌کنند.

س: شمارگان حدوداً چقدر است؟

ج: در حدود ۳۰۰۰ نسخه.

س: اگر قرار باشد شخصی را برای کار در نشریه استخدام کنید، توقع دارید چه ویژگی‌های شخصی، سوابق شغلی و تحصیلاتی داشته باشد؟

ج: باید چندین سال سابقه کار در روزنامه، تسلط زیاد در نویسندگی، توانایی و مهارت در ایجاد ارتباط با افراد دیگر و افکار و ایده‌های نو داشته باشد. داشتن اطلاعات در مورد صنایع آبرسانی نیز یک امتیاز محسوب می‌شود.

س: برای کسانی که علاقه‌مند به کار در نشریات تخصصی هستند چه پیشنهادی دارید؟

ج: پشتکار داشته باشید. وارد شدن به حرفه روزنامه‌نگاری دشوار است و نیاز به ارادهٔ قوی دارد، زیرا تعداد افرادی که مایلند روزنامه‌نگار شوند بسیار زیاد است. اگر می‌خواهید تخصصی کار کنید، داشتن اطلاعات کافی در زمینه مورد نظر یک امتیاز است. تا آنجا که می‌توانید روزنامه‌ها و مجلات دیگر را مطالعه کنید تا هم با سبک‌های مختلف نگارش آشنا شوید و هم در مورد نشریات گوناگونی که به چاپ می‌رسد، یک ایده کلی کسب کنید.

۱۹

عضویت در اتحادیه صنفی

چه جزو کارکنان ثابت یا آزاد باشید و چه به عنوان خبرنگار، نویسنده، خبرنویس، ویراستار، عکاس، محقق، گوینده خبر، مجری برنامه، طراح یا در هر پست دیگری مشغول کار باشید، توصیه می‌شود که حتماً عضو اتحادیه یا انجمن صنفی مربوط به شغل خود باشید. در انگلستان اتحادیه ملی خبرنگاران[۱]، مؤسسه رسمی خبرنگاران[۲] و انجمن خبرنگاران بریتانیا[۳] برای احقاق حقوق و حمایت از اعضای خود فعالیت می‌کنند.

در طول دوران کاری یک خبرنگار، مواقعی پیش می‌آید که نیاز به حمایت یک انجمن صنفی وجود دارد. ماهیت کار خبرنگاری از ارائه گزارش از دادرسی پرونده‌های کیفری گرفته تا ساعات طولانی‌ای که پشت میز کار صرف می‌شود و

---

1. National Union of Journalists 2. Chartered Institute of Journalists

3. British Association of Journalists

نیز برای برخی افراد مأموریت‌های پی در پی خارج از کشور، امکان دارد که شخص را با مشکلات بزرگ و کوچکی روبه‌رو کند.

شرایط کاری در بسیاری موارد ممکن است باعث بروز اختلاف نظر شود. چند نمونه از این موارد عبارتند از:

- مشکلات و ناراحتی‌های جسمانی که در نتیجه کارکردن طولانی مدت با رایانه ایجاد می‌شود. بسیاری از ویراستارها دچار چنین مشکلاتی می‌شوند.
- تخلفات کارفرما، به‌عنوان مثال بعضی کارآموزان خبرنگاری ساعت‌های متمادی بدون نظارت و بدون دریافت مزد کار می‌کنند.
- دستگیری و زندانی شدن خبرنگارانی که در کشورهای دیگر کار می‌کنند.

این‌ها تنها چند نمونه از مشکلات فراوانی است که گریبانگیر خبرنگاران می‌شود و انجمن‌های صنفی در قبال این مسایل از آنها دفاع می‌کنند.

مثال

هنگامی که خبرنگاری به نام جان مک‌کارتی[1] در سال ۱۹۸۶ در بیروت دستگیر و به گروگان گرفته شد، نامزد او، جیل مورل[2] اقدام به انجام فعالیت‌هایی کرد تا نام او را در اذهان مردم و دولتمردان زنده نگه دارد. جیل و گروهی از دوستان و همکاران معتقد بودند که مردم نباید جان و دیگر گروگان‌ها را فراموش کنند و تنها راه رسیدن به این منظور این بود که رسانه‌ها را متقاعد کنند که مسأله گروگانگیری هنوز هم خبر مهمی است حتی اگر هیچ اطلاعی از سرنوشت آنها دردست نباشد. همزمان با اوج گرفتن این فعالیت‌ها، دفتر کاری را ایجاد کردند تا

---

1. John Mc Carthy 2. Jill Morrell

دوستان جان مک‌کارتی که همه به صورت داوطلبانه کار می‌کردند بتوانند از آنجا تلاش‌های خود را پیگیری کنند. درواقع آنها نیاز به تلفن و نشانی ثابت داشتند. جیل از اتحادیه ملی خبرنگاران انگلستان تقاضای کمک کرد. اتحادیه نیز بسرعت یک دفتر کار دراختیار آنها قرار داد و در نامه‌هایی که به تمام اعضای خود فرستاد از آنها درخواست کرد تا اخبار مربوط بـه خـبرنگار گـروگان گـرفته شـده را در گزارش‌های خود بگنجانند. اعضای اتحادیه همچنین یک تقاضانامه تنظیم کردند که نسخه‌ای از آن به نخست‌وزیر انگلستان فرستاده شد. این دفتر که درواقع جزء دفاتر اصلی اتحادیه بود، به این گروه کمک کرد تا مرکز فعالیت‌های خـود را در لندن مستقر کنند. اعضای انجمن نیز به صورت مستقل مراسم جداگانه‌ای ترتیب می‌دادند تا علاوه‌بر اطلاع رسانی در این زمینه، کمک‌های مالی نیز جمع‌آوری کنند.

اتحادیه‌ها تنها برای کمک به اعضای خود در شرایط دشوار به‌وجود نیامده‌اند. این اتحادیه‌ها به‌طور مرتب جلسات و گردهمایی‌های عمومی برگزار مـی‌کنند و خدمات مشاوره‌ای نیز ارائه می‌دهند. مثلاً مـی‌توانـید در مـورد ایـنکه چـه نـوع رایانه‌ای بخرید، یا چگونه از صدمات ناشی از خستگی و فشار کار جلوگیری کنید و یا برای ورود به این حرفه یا بالا بردن مهارت‌های کاری خود چه دوره‌هایی را لازم است بگذرانید، با آنها مشورت کنید.

۲۰

خبرنگار نظامی

در انگلستان افرادی که حرفه آنها مرتبط با خبرنگاری یا روابط عمومی است می‌توانند به عنوان سرباز داوطلب در گروه عملیات رسانه‌ای ارتش[1] خدمت کنند. گروه عملیات رسانه‌ای وظایف حساس و دشواری برعهده دارد و حیطه کار آن در حال گسترش است، زیرا همزمان با شدت گرفتن جنگ و درگیری در مناطق مختلف دنیا، سازمان ملل و کشورهای عضو ناتو نیروهای حافظ صلح خود را به سراسر دنیا اعزام می‌کنند.

البته تمامی کارکنان گروه عملیات رسانه‌ای در مناطق جنگی مستقر نمی‌شوند. بلکه وظیفه اصلی این یگان گردآوری اخبار و وقایع روزمره در ارتش و ارسال گزارش‌ها به مطبوعات، رادیو و تلویزیون است. آنان اخبار مربوط به کارکنان رسمی و نیروهای داوطلب ارتش را گردآوری می‌کنند و به عنوان پلی ارتباطی

---

1. Territorial Army's Media Operations Group

میان سربازان و خانواده و خویشاوندان آنان عمل می‌نمایند.

فرماندهان ارتش واقف هستند که هنگام برنامه‌ریزی راهبردهای نظامی باید رسانه‌ها را نیز در نظر داشته باشند. طبق قوانین حقوقی و قانون اساسی، ارتش موظف است مردم را از اقداماتی که برای حفظ منافع آنها صورت می‌گیرد مطلع سازد. این مسأله تازه‌ای نیست و ارتش‌ها همواره در طول تاریخ باید برای به‌دست آوردن، حفظ و افزایش حمایت مردم کشورشان تلاش می‌کردند. اطلاعات نه تنها برای خانواده، دوستان و هموطنان کسانی که در ارتش خدمت می‌کنند ارزش بسیار دارد، بلکه برای جامعه بین‌الملل و حتی کشور میزبان نیروهای ارتش که ممکن است دشمن ملی نیز محسوب شود، اهمیت دارد.

استقرار سربازان بین‌المللی در هریک از نقاط درگیر جنگ در دنیا یک خبر مهم جهانی محسوب می‌شود. پوشش رسانه‌ای اخبار مربوط به جنگ‌های خلیج فارس، بوسنی، سومالی، هاییتی، شبه جزیرهٔ بالکان و تیمور شرقی[1] همگام با عملیات نظامی پی در پی و در طول سالیان متمادی افزایش یافته است. در طول جنگ خلیج فارس در سال ۱۹۹۱ بیش از ۱۵۰۰ خبرنگار و گزارشگر همراه نیروهای نظامی در صحنه جنگ حضور داشتند.

رسانه‌ها اخبار مربوط به جنگ جهانی دوم را در سطح گسترده‌ای پوشش دادند و این در ثبت و ضبط وقایع و رویدادهای جنگ برای خانواده‌های نظامیان و نسل‌های آینده نقش حیاتی ایفا کرد. با این وجود در گذشته خبرنگاران و افراد ارتشی با یکدیگر در یک وضعیت جنگی اعلام نشده قرار داشتند. نیروهای نظامی براین نکته اصرار می‌ورزند که رازداری یک امر ضروری و حیاتی در یک منطقه

---

1. East Timor

جنگی است و این کاملاً قابل درک است. با این وجود در حکومت‌های دمکراتیک، ارتش مستقیماً در قبال دولت انتخابی پاسخگوست. اینجاست که رسانه‌ها حقوق خود را مبنی بر دانستن و منتشر کردن حقایق مطالبه می‌کنند. علاوه‌بر آن امروزه سربازان از نسلی هستند که در تماس نزدیک با رسانه‌های جمعی از قبیل مطبوعات و رادیو و تلویزیون بزرگ شده‌اند. تمام افراد نظامی با درجه‌ها و رسته‌های مختلف درست مانند مردم دیگر وقتی که به منزل می‌روند برای مطلع شدن از خبرها تلویزیون را روشن می‌کنند یا روی شبکه اینترنت به جست‌وجو می‌پردازند. قرارگرفتن در جریان اخبار و اطلاعات نیاز هر کسی است و از یک جامعه مردم سالار توقع می‌رود که چنین اطلاعاتی را دراختیار افکار عمومی قرار دهد.

با این وجود در سال‌های اخیر درک این مسأله که همکاری دو جانبه به نفع هردوگروه است افزایش یافته و در نتیجه آن ارتباطات بیشتری میان خبرنگاران و نظامیان برقرار شده است. امروزه این نکته مورد توافق طرفین است که نیاز رسانه‌ها به دانستن اطلاعات ضرورتاً عملیات نظامی را به خطر نمی‌اندازد. درواقع پوشش گسترده اخبار جنگ در سطح بین‌المللی می‌تواند تبلیغات دشمن را خنثی کند.

با استفاده از فناوری روز به شکل ارتباطات ماهواره‌ای، تلفن همراه و رایانه‌های قابل حمل و کوچک که به اینترنت وصل می‌شوند، رسانه‌ها دیگر خود را از وابستگی به اخباری که محتوای آن توسط نیروهای نظامی بررسی می‌شود رها کرده‌اند و به طور مستقل عمل می‌کنند. متخصصین معتقدند که در آینده رسانه‌ها نیز قادر خواهند بود تا برای دسترسی به اخبار و اطلاعات جنگ به موازات نیروهای نظامی عملیات جداگانه‌ای انجام دهند. بنابراین باز هم لازم

است که دو طرف در مواردی با یکدیگر همکاری کنند.

پرسنل گروه عملیات رسانه‌ای در انگلستان می‌توانند به منزله پلی ارتباطی میان کارکنان رسانه‌ها و نیروهای رسمی ارتش عمل کنند. به عنوان سربازان داوطلب ارتش، آنها افراد غیرنظامی محسوب می‌شوند که وظایف غیرنظامی دارند. اگرچه کمی بیش از یک چهارم پرسنل این گروه قبلاً نظامی بوده‌اند، بقیه همگی دارای سوابق کاملاً غیرنظامی هستند و در رادیو و تلویزیون، مطبوعات داخلی و ادارات روابط عمومی کار می‌کنند. به عنوان نویسنده، گزارشگر رادیو و تلویزیون، عکاس و زبانشناس، این افراد با استعداد خود در زمینه‌های مختلف روابط میان رسانه‌ها و نیروهای نظامی را بهبود می‌بخشند.

گروه عملیات رسانه‌ای، گذشته و حال

این گروه که در دهه ۱۹۷۰ با نام TAPIO[1] (افسران اطلاعات عمومی ارتش داوطلب) تأسیس شد، در سپتامبر سال ۱۹۹۶ به گروه عملیات رسانه‌ای تغییر نام یافت و امروزه با نام «گروه عملیات رسانه‌ای جی ۳» شناخته می‌شود. اعضای گروه سه بار در طول سال و یک بار هم در اردوی سالانه دور هم جمع می‌شوند. پرسنل این گروه به عنوان بخشی از وظایف خود به مأموریت‌های عملیاتی و آموزشی اعزام می‌شوند.

گروه عملیات رسانه‌ای یک هنگ یا دسته به حساب نمی‌آید و درواقع یک یگان مستقل تخصصی است. تمام پرسنل پس از گذراندن دورهٔ آموزشی مقدماتی وارد این یگان شده، خدمت خود را به عنوان افسر و با درجه سروانی شروع

---

1. Territorial Army Pool of Public Information Officers

می‌کنند. آنها لباس فرم و کلاهی با نشان هنگی که انتخاب کرده‌اند به تن می‌کنند. بعضی داوطلبین نیز مستقیماً از خدمت در ارتش رسمی وارد این یگان می‌شوند.

آینده

داوطلبان ورود به گروه عملیات رسانه‌ای باید این نکته را مدنظر داشته باشند که به عضویت این گروه درآمدن به منزله داشتن یک شغل پاره‌وقت به عنوان خبرنگار جنگی نیست. افسران یگان چه از داوطلبین عادی باشند و چه از نیروهای رسمی ارتش باید تمام مراحل گزینش را که در دو روز توسط یک هیأت انتخابی ویژه برگزار می‌شود، بگذرانند. داوطلبان واجد شرایط به پذیرش یگان درمی‌آیند. درست مانند دیگر نیروهای مسلح، ارتش داوطلب نیاز به افراد منظم و مقرراتی دارد که بتوانند بیاموزند چگونه هم به عنوان یک سرباز و هم به عنوان یک خبرنگار در منطقه انجام وظیفه کنند.

به عبارت دیگر، افراد قبل از اینکه داوطلب ورود به این گروه شوند، باید از سلامت جسمانی و ذهنی کامل برخوردار باشند. در این دوره داوطلب نحوه کار با اسلحه و دوربین را می‌آموزد، در آزمایش‌های آمادگی رزمی شرکت می‌کند، در مورد برنامه‌ریزی و عملیات رسانه‌ای در نیروهای نظامی مطالبی یاد می‌گیرد و خود را آماده می‌سازد تا در صورت لزوم در کنار همرزمان نظامی خود چه نیروهای داوطلب و چه نیروهای رسمی ارتش مبارزه کند.

یکی از مزایای جانبی این کار سفرهای مختلف است. کارکنان می‌توانند به‌طور داوطلبانه در تمرینات سه یا شش ماهه شرکت کنند. قبل از پیوستن به نیروهای داوطلب ارتش، فرد باید اطمینان حاصل کند که کارفرمای دائمی، همسر و خانواده او تعهدش برای همکاری پاره‌وقت با نیروهای نظامی را درک می‌کنند.